



# **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Hotelería

Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Hotelería.

Autoras:

Lucia Doménica Ortega Castillo

CI: 0104782628

Carmen Valeria Paucar Guayara

CI: 0105457840

Directora:

Mg. Tania Karolina Ávila Vélez

CI: 0103358867

**Cuenca- Ecuador**

2019



### Resumen:

El presente documento es un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la parroquia rural Simiatug, perteneciente al cantón Guaranda, provincia de Bolívar. Se propone un establecimiento de 23 habitaciones con un concepto ancestral, que busca entregar al huésped una experiencia cultural.

Se elaboró un análisis de los antecedentes de la parroquia que identifica las características del lugar donde se propone ubicar la hostería, con la finalidad de definir las estrategias necesarias para un estudio de mercado y utilizando como herramienta la encuesta, se pudo determinar la demanda, oferta, distribución y promoción, concluyendo con un análisis FODA.

Para conseguir el objetivo planteado, se elaboró además una propuesta técnica y organizacional, la que nos dio como resultado el proceso para implementación de estructura física y equipo de trabajo necesarios para su funcionamiento.

Finalmente, se realizó la propuesta financiera del proyecto, la misma que incluye fuentes de financiamiento, aplicación de fondos y estados financieros proyectados, además del cálculo de índices financieros como PRI, VAN, RBC, TIR y punto de equilibrio.

**Palabras Clave:** Simiatug. Hostería. Factibilidad. Emprendimiento. Presupuesto.



### **Abstract:**

This document is a feasibility study for the implementation of an inn in the rural parish of Simiatug, belonging to the canton Guaranda, province of Bolivar. It is proposed to establish 23 rooms with an ancestral concept, which seeks to give the guest a cultural experience.

An analysis of the history of the parish was elaborated to identify the characteristics of the place where it is proposed to locate the inn, with the purpose of defining the necessary strategies for a market study and using as a tool the survey, it was possible to determine the demand, supply, distribution and promotion, concluding with a SWOT analysis.

In order to achieve the proposed objective, a technical and organizational proposal was also elaborated, which resulted in the process for the implementation of the physical structure and work equipment necessary for its functioning.

Finally, the financial proposal of the project was made, which includes sources of financing, application of funds and projected financial statements, in addition to the calculation of financial indices such as PRI, NPV, RBC, IRR and break-even point.

**Keywords:** Simiatug. Hostelry. Feasibility. Entrepreneurship. Budget.



## Índice General

<b>Resumen.....</b>	<b>2</b>
<b>Abstract: .....</b>	<b>3</b>
<b>Índice General.....</b>	<b>4</b>
<b>Índice de ilustraciones.....</b>	<b>7</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>8</b>
<b>Índice de figuras.....</b>	<b>11</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>16</b>
<b>Agradecimientos .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO 1 .....</b>	<b>20</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>20</b>
1.1 Introducción .....	20
1.1.1 Antecedentes Geográficos .....	20
1.1.2 División Territorial del Cantón .....	22
1.1.3 Extensión y Límites .....	23
1.1.4 Organización Política .....	24
1.1.5 Antecedentes históricos .....	25
1.1.6 Antecedentes socioeconómicos .....	26
1.2 Demanda .....	27
1.2.1 Identificación de la población y muestra poblacional.....	28
1.2.2 Diseño de la encuesta.....	29
1.2.3 Recolección de información .....	30
1.2.4 Resultados de las encuestas .....	30
1.3 Oferta.....	55
1.3.1 Análisis del producto .....	55
1.3.1.1 Ubicación.....	55
1.3.1.2 Atractivos turísticos.....	56
1.3.1.3 Descripción del producto .....	60
1.3.2 Productos sustitutos o competidores.....	63
1.3.2.1 Análisis de la competencia .....	63
1.4 Distribución .....	65
1.4.1 Canales de distribución .....	65
1.5 Promoción.....	65





1.5.1 Herramientas promocionales .....	65
1.5.1.1 Publicidad .....	65
1.5.1.2 Promoción de ventas .....	70
1.5.1.3 Relaciones públicas .....	70
1.6 Análisis FODA .....	72
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>75</b>
<b>PROPUESTA TÉCNICA Y ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>75</b>
2.1 Tipo de sociedad legal y trámites legales .....	75
2.1.1 Registro Único de Contribuyentes .....	75
2.1.2 Permisos: .....	76
2.2 Estudio organizacional .....	77
2.2.1 Descripción de la hostería .....	77
2.2.2 Misión y visión .....	77
2.2.3 Valores de la hostería .....	78
2.2.4 Logotipo y slogan de la empresa .....	79
2.2.5 Estructura organizacional de la empresa .....	80
2.2.6 Organigrama de la empresa .....	81
2.2.7 Manual de funciones .....	81
2.2.8 Claves para un buen servicio al cliente .....	88
2.2.8.1 Presentación personal .....	88
2.2.9 Políticas generales de la empresa .....	88
2.3 Estudio técnico .....	91
2.3.1 Tamaño del proyecto .....	91
2.3.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto .....	91
2.3.1.2 Capacidad total diseñada del proyecto .....	93
2.3.2 Localización del proyecto .....	93
2.3.2.1 Macro localización .....	93
2.3.2.2 Micro localización .....	94
2.3.3 Ingeniería del proyecto .....	95
2.3.3.2 Diagrama del procedimiento .....	97
2.3.3.3 Distribución de la planta .....	98
2.3.3.4 Inversión .....	102



<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>113</b>
<b>PROPUESTA FINANCIERA DEL PROYECTO.....</b>	<b>113</b>
3.1 Determinación del precio .....	113
3.1.1 Presupuesto de ventas anual.....	121
3.1.2 Depreciaciones .....	122
3.2 Fuentes de financiamiento.....	122
3.2.1 Estructura de Financiamiento.....	123
3.2.2 Análisis de financiamiento .....	124
3.3 Evaluación financiera.....	125
3.3.2 Balance General.....	126
3.3.3 Estado de resultados proyectado .....	127
3.3.4 Determinación de costos fijos y costos variables .....	133
3.3.5 Punto de equilibrio.....	133
3.3.6 Periodo de Recuperación de Inversión (PRI) .....	134
3.3.7 Valor Actual Neto (VAN).....	135
3.3.8 Razón Beneficio Costo (RBC) .....	136
3.3.9 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	137
 <b>Conclusiones.....</b>	 <b>138</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>140</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>142</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>147</b>



## **Índice de ilustraciones**

<b>Ilustración 1</b>	Comunidades y barrios de Simiatug.....	22
<b>Ilustración 2</b>	Organigrama estructural de departamentos de la hostería .....	80
<b>Ilustración 3</b>	Organigrama estructural de puestos de trabajo de la hostería...	81
<b>Ilustración 4</b>	Servicio de Hospedaje. ....	97



## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Representantes del GAD de la parroquia Simiatug .....	24
<b>Tabla 2</b> Matriz de rendimiento de los principales productos. ....	27
<b>Tabla 3</b> Matriz de elementos y unidades muestrales. ....	29
<b>Tabla 4</b> Edad de habitantes. ....	30
<b>Tabla 5</b> Género de habitantes.....	31
<b>Tabla 6</b> ¿Le gustaría encontrar una hostería en Simiatug, en la que brinden actividades de entretenimiento? .....	32
<b>Tabla 7</b> De los siguientes elementos de entretenimiento, señale 1 de su preferencia. ....	33
<b>Tabla 8</b> ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uso de instalaciones? .....	34
<b>Tabla 9</b> ¿Consume usted alimentos fuera de su hogar? .....	35
<b>Tabla 10</b> ¿Cuántas veces consume usted alimentos fuera de su hogar? .....	35
<b>Tabla 11</b> ¿Cuánto le cuesta por término medio el consumo de alimentos cuando lo hace en bares, restaurantes o establecimientos similares?.....	36
<b>Tabla 12</b> ¿Cuando usted consume alimentos fuera de su hogar lo hace solo o acompañado?.....	37
<b>Tabla 13</b> ¿Qué tipo de comida prefiere?.....	38
<b>Tabla 14</b> Edad de turistas nacionales y extranjeros.....	39
<b>Tabla 15</b> Género de turistas nacionales y extranjeros. ....	40
<b>Tabla 16</b> Lugar de residencia de turistas nacionales .....	41
<b>Tabla 17</b> Lugar de residencia de turistas extranjeros .....	42
<b>Tabla 18</b> ¿Ha visitado Simiatug? .....	43
<b>Tabla 19</b> ¿Cuál es el principal motivo de su visita a Simiatug? .....	44
<b>Tabla 20</b> ¿Cuántas veces al año visita usted Simiatug?.....	45
<b>Tabla 21</b> Cuando viaja a Simiatug ¿usted permanece por más de 24 horas? .	46
<b>Tabla 22</b> ¿Usted pernocta en establecimientos de alojamiento? .....	46
<b>Tabla 23</b> Cuando visita Simiatug, ¿usted asiste a un establecimiento de alimentos y bebidas?.....	47
<b>Tabla 24</b> Cuando viaja, lo hace con:.....	48
<b>Tabla 25</b> De las siguientes actividades de entretenimiento, señale 1 de su preferencia. ....	49
<b>Tabla 26</b> Si existiera un lugar de alojamiento en Simiatug donde también cuente con actividades de recreación, ¿usted asistiría? .....	50
<b>Tabla 27</b> ¿Cómo conoce usted nuevos establecimientos de alojamiento?.....	51
<b>Tabla 28</b> ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona? (incluido sólo desayuno). ....	52
<b>Tabla 29</b> ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona? (incluido desayuno y todas las actividades de recreación). ....	53
<b>Tabla 30</b> ¿Qué tipo de alimentos prefiere consumir? .....	54
<b>Tabla 31</b> Matriz de la planta turística de Simiatug .....	64
<b>Tabla 32</b> Ejemplo de costo de habitación en Booking y comisión cobrada.....	67
<b>Tabla 33</b> Tarifas de Señal X en vallas publicitarias.....	69
<b>Tabla 34</b> Matriz de promociones de ventas .....	70



<b>Tabla 35</b>	<b>Análisis FODA.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 36</b>	<b>FODA cruzado .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 37</b>	<b>Matriz de requisitos para operaciones turísticas y obtención de la licencia de funcionamiento .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 38</b>	<b>Matriz de Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 39</b>	<b>Matriz de los diferentes departamentos de la hostería.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 40</b>	<b>Funciones del Gerente General. ....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 41</b>	<b>Funciones del Cocinero polivalente .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 42</b>	<b>Funciones de Ama de llaves .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 43</b>	<b>Funciones de camarera .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 44</b>	<b>Funciones de Jefe de recepción .....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 45</b>	<b>Funciones de recepcionista Polivalente .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 46</b>	<b>Capacidad diseñada de la hostería.....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 47</b>	<b>Infraestructura .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 48</b>	<b>Maquinaria y equipos .....</b>	<b>103</b>
<b>Tabla 49</b>	<b>Muebles y Enseres.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 50</b>	<b>Equipos de computación .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 51</b>	<b>Suministros de oficina .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 52</b>	<b>Menaje y Lencería.....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 53</b>	<b>Resumen de Activos Fijos.....</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 54</b>	<b>Cantidad bruta de ingredientes para desayuno continental .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 55</b>	<b>Costo de desayuno .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 56</b>	<b>Costo de amenities .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 57</b>	<b>Resumen de costos de materia prima directa .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 58</b>	<b>Mano de obra directa .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 59</b>	<b>Mano de obra indirecta .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 60</b>	<b>CIF (costos indirectos de fabricación) .....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 61</b>	<b>Resumen de costos indirectos de fabricación .....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 62</b>	<b>Gastos servicios básicos.....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 63</b>	<b>Gastos de ventas .....</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 64</b>	<b>Resumen de costos y gastos .....</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 65</b>	<b>Costo total de amenities de habitación matrimonial .....</b>	<b>113</b>
<b>Tabla 66</b>	<b>Costos Indirectos de Fabricación de habitación matrimonial .....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 67</b>	<b>Mano de obra directa de habitación matrimonial .....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 68</b>	<b>Precio de Habitación Matrimonial.....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 69</b>	<b>Costo total de amenities de habitación doble.....</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 70</b>	<b>Costos Indirectos de Fabricación de habitación doble .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 71</b>	<b>Mano de obra directa de habitación doble .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 72</b>	<b>Costo de Habitación Doble .....</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 73</b>	<b>Costo total de amenities de habitación triple.....</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 74</b>	<b>Costos Indirectos de Fabricación de habitación triple.....</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 75</b>	<b>Mano de obra directa de habitación triple .....</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 76</b>	<b>Costo de Habitación Triple .....</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 77</b>	<b>Costo total de amenities de habitación cuádruple.....</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 78</b>	<b>Costos Indirectos de Fabricación de habitación cuádruple .....</b>	<b>118</b>
<b>Tabla 79</b>	<b>Mano de obra directa de habitación cuádruple .....</b>	<b>118</b>



<b>Tabla 80</b>	Costo de Habitación Cuádruple .....	118
<b>Tabla 81</b>	Costo total de amenities de habitación múltiple .....	119
<b>Tabla 82</b>	Costos Indirectos de Fabricación de habitación múltiple .....	119
<b>Tabla 83</b>	Mano de obra directa de habitación múltiple.....	119
<b>Tabla 84</b>	Costo de Habitación Múltiple .....	120
<b>Tabla 85</b>	Presupuesto de ventas anual.....	121
<b>Tabla 86</b>	Depreciación anual .....	122
<b>Tabla 87</b>	Depreciación durante 15 años .....	122
<b>Tabla 88</b>	Financiamiento.....	123
<b>Tabla 89</b>	Estructura de Financiamiento .....	123
<b>Tabla 90</b>	Crédito Banco del Pichincha .....	124
<b>Tabla 91</b>	Tabla de Amortización .....	124
<b>Tabla 92</b>	Resumen por año.....	125
<b>Tabla 93</b>	Datos de crecimiento de inflación .....	126
<b>Tabla 94</b>	Balance General .....	126
<b>Tabla 95</b>	Ventas por habitación de hotel competencia. ....	127
<b>Tabla 96</b>	Ventas por persona hotel competencia.....	128
<b>Tabla 97</b>	Pernoctación de turistas en Simiatug.....	129
<b>Tabla 98</b>	Proyecciones de ventas por persona de Hostería Samanaraymi. ..	130
<b>Tabla 99</b>	Proyecciones de ventas por habitaciones Hostería Samanaraymi. ....	131
<b>Tabla 100</b>	Proyecciones de ingresos por habitaciones. ....	131
<b>Tabla 101</b>	Estado de resultados proyectados .....	132
<b>Tabla 102</b>	Determinación de costos fijos y costos variables .....	133
<b>Tabla 103</b>	Punto de equilibrio .....	133
<b>Tabla 104</b>	Resultados de punto de equilibrio.....	133
<b>Tabla 105</b>	Periodo de recuperación de Inversión.....	134
<b>Tabla 106</b>	Resultados de periodo de recuperación.....	134
<b>Tabla 107</b>	Datos para el VAN .....	135



## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Mapa de Límites de Simiatug .....	24
<b>Figura 2</b>	Ubicación del terreno.....	56
<b>Figura 3</b>	Wuarmi Roca.....	56
<b>Figura 4</b>	Laguna de Cocha Colorada.....	57
<b>Figura 5</b>	Feria de Simiatug de los miércoles.....	57
<b>Figura 6</b>	Fiesta de reyes. ....	58
<b>Figura 7</b>	Carnaval de Simiatug. ....	58
<b>Figura 8</b>	Festividades de San Antonio Simiatug. ....	59
<b>Figura 9</b>	Comunidad del Tingo .....	59
<b>Figura 10</b>	Hotel Botiquín.....	63
<b>Figura 11</b>	Hotel La Trasquila .....	64
<b>Figura 12</b>	Tarifario de El Mercurio .....	66
<b>Figura 13</b>	Logotipo de la hostería .....	79
<b>Figura 14</b>	Ubicación de Bolívar en el Mapa de la República del Ecuador. ....	94
<b>Figura 15</b>	Mapa del cantón Guaranda y sus parroquias rurales.....	94
<b>Figura 16</b>	Mapa de la parroquia Simiatug.....	95
<b>Figura 17</b>	Hostería Samanaraymi.....	98
<b>Figura 18</b>	Canchas de fútbol y de vóley .....	98
<b>Figura 19</b>	Lavandería .....	99
<b>Figura 20</b>	Parqueadero de Hostería. ....	99
<b>Figura 21</b>	Lobby y oficinas de Hostería Samanaraymi .....	99
<b>Figura 22</b>	Restaurante de Hostería Samanaraymi .....	100
<b>Figura 23</b>	Salón de Eventos .....	100
<b>Figura 24</b>	Piscina y área de descanso.....	100
<b>Figura 25</b>	Habitaciones de Hostería Samanaraymi .....	101



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Yo, Lucia Doménica Ortega Castillo en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 17 de septiembre de 2019

Lucia Doménica Ortega Castillo

C.I: 0104782628





**Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional**

---

Yo, Carmen Valeria Paucar Guayara en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 17 de septiembre de 2019

---

Carmen Valeria Paucar Guayara

C.I: 0105457840



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Yo, Lucia Doménica Ortega Castillo autora del trabajo de titulación "(Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar)", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 17 de septiembre de 2019

Lucia Doménica Ortega Castillo

C.I: 0104782628



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Yo, Carmen Valeria Paucar Guayara, autora del trabajo de titulación “(Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar)”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 17 de septiembre de 2019

---

Carmen Valeria Paucar Guayara

C.I: 0105457840



### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mis padres Joselito Ortega y Lucia Castillo por ser mi fortaleza en cada momento, por todo el apoyo que me han brindado, por ser modelo de perseverancia y trabajo. A mis hermanas Anabel y María José por su cariño y consejos. A mis abuelitos por su amor incondicional y ser ejemplo de lucha y constancia.

**Lucia Doménica Ortega Castillo**



### **Dedicatoria**

Dedico la presente tesis a mis compañeros de vida, mi familia quien a través de los años han estado conmigo festejando mis triunfos y siendo mi soporte en mis derrotas, mi padrino Belizario Cobos quien desde niña siempre estuvo con sus sabios consejos, hoy no se encuentra junto a nosotros pero gracias a su legado y los valores impuesto en mí y mis hermanos somos personas de bien, a mis hermanos menores Alicia y Bryam por su apoyo incondicional y paciencia, a mi tía Martha Guayara por siempre darme consejos y no dejar que me rinda, en especial a mi mami Beatriz Guayara, por todos sus sacrificios, desvelos y trabajo, es la mujer que me enseñó a trabajar duro para alcanzar todas y cada una de mis metas.

**Carmen Valeria Paucar Guayara**



### **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por permitirme culminar esta fase de mi vida.

A mis padres quienes me han apoyado moral y económicamente en el transcurso de mi vida, siendo personas emprendedoras y con grandes valores, han sido un modelo de lucha y perseverancia, siendo mi inspiración para este presente proyecto. A mis hermanas por su paciencia, bondad y cariño, demostrándome que son mis mejores amigas y compañeras de trabajo. A mis abuelitos por sus sabios consejos e historias que me han ayudado a tomar buenas decisiones.

A Esteban por su apoyo incondicional, su fortaleza y alegría ante todo, lo cual fue transmitido en mi diario vivir; por ser mi soporte y fiel compañero de aventuras a lo largo de este camino.

A mi compañera de tesis por su amistad y paciencia en el transcurso de la universidad.

A mi directora de tesis Magíster Tania Ávila por su valioso apoyo y tiempo brindado para poder culminar este trabajo.

A mis queridos profesores de la Universidad de Cuenca por las experiencias y conocimientos compartidos.

Finalmente agradezco a todas las personas que constituyen como parte de mi diario vivir.

**Lucia Doménica Ortega Castillo**



### **Agradecimientos**

Agradezco en primer lugar a Dios por todas las bendiciones que ha puesto en mi vida.

A mi mami Beatriz Guayara no tengo palabras para expresar todo el amor que le tengo, de su mano nada es imposible con usted todo, sin usted nada soy, mi guía, mi amiga, mi confidente, mi todo, mi mamá todo sus sacrificios, desvelos y trabajo hoy dieron frutos usted es la mujer que me enseñó a trabajar duro para cumplir mis sueños,

A mi papá Manuel Paucar que a pesar de la distancia siempre estuvo con sus palabras de aliento, mis hermanos Alicia y Bryam por la paciencia y ánimo brindado a través del tiempo,

A mi compañera de tesis por los años compartidos en aulas de clases las risas y cada ocurrencia vivida gracias por su comprensión y amistad.

A mis amigos David, Alexita Jazmin y Doménica que siempre han estado en las buenas y malas.

A nuestra estimada tutora Mg. Tania Ávila por su ayuda y dedicación para poder culminar esta tesis.

**Carmen Valeria Paucar Guayara**



## **CAPÍTULO 1**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El principal objetivo del estudio de mercado es determinar la aceptación del producto o servicio a ofertar en el mercado, para ello es necesario conocer qué es lo que se demanda.

#### **1.1 Introducción**

En la parroquia Simiatug se encuentra una propiedad de aproximadamente 36 hectáreas, cuyos propietarios tienen interés en invertir en una hostería, y considerando que la inversión es significativa, solicitan un estudio de factibilidad para tomar una decisión.

##### **1.1.1 Antecedentes Geográficos**

La parroquia Simiatug se encuentra localizada en la provincia de Bolívar, perteneciente al cantón Guaranda, ubicado a “140 km de Ambato, 150 km de Guaranda, a una altura de 4500 msnm por el este y a 2400 msnm por el oeste con una superficie total de 91 km<sup>2</sup>” (Ramos, 2014).

#### **Relieve**

En la Vertiente Andina Alta la demografía del territorio es muy irregular donde se encuentran formaciones en la parroquia de: “terrazas indiferenciadas, bancos y diques aluviales, pie de monte coluvial, colinas medianas, vertientes convexas, vertientes irregulares, relieves escarpados, relieves montañosos, Valle escalonado, cuerpos de agua” (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Simiatug, 2015).

Simiatug cuenta con pendientes pronunciadas que van del “25% al 70%, sin embargo, del 25% al 50% son onduladas y del 50% al 70% son estribaciones montañosas” (Ramos, 2014, pág. 26).





El territorio parroquial de Simiatug abarca tres tipos de bosques, según el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Simiatug, dispone que entre ellos tenemos: el bosque Subalpino “BS”, bosque Húmedo Montano “BHM” y un bosque Montano Bajo “BMB” (2015).

### Suelos

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Simiatug (2015), considera que los tipos de suelo que conlleva la parroquia son:

- Inceptisol cuenta con una altitud de 2620 e incluye determinados suelos, así como subhúmedas y húmeda caracterizado por tierra amarilla con retención de agua, compuesta por arcilla y arena.
- Inceptisoles y entisoles se caracteriza por presentar un horizonte superficial, pobre en materia orgánica, son suelos rojizos y tiene una altitud de 3520.
- Molisoles tiene una altitud de 4040 cuenta con suelos negros, ricos en materia orgánica de pastizales, praderas y franco arenoso arcillosos.

### Clima

Simiatug alberga una temperatura que va desde los 7 a 22 °C, a su vez cuenta con pisos climáticos como un “bosque subalpino, bosque húmedo montano y bosque montano bajo y la humedad es de un 60%” (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Simiatug, 2015, pág. 9).

### Flora

En Simiatug se puede encontrar recursos naturales como: “Aliso, cedro, anturios de diferentes especies, palma de cera, colca, sangre de gallina, palma de monte, sangre de drago” (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Simiatug, 2015, pág. 9).

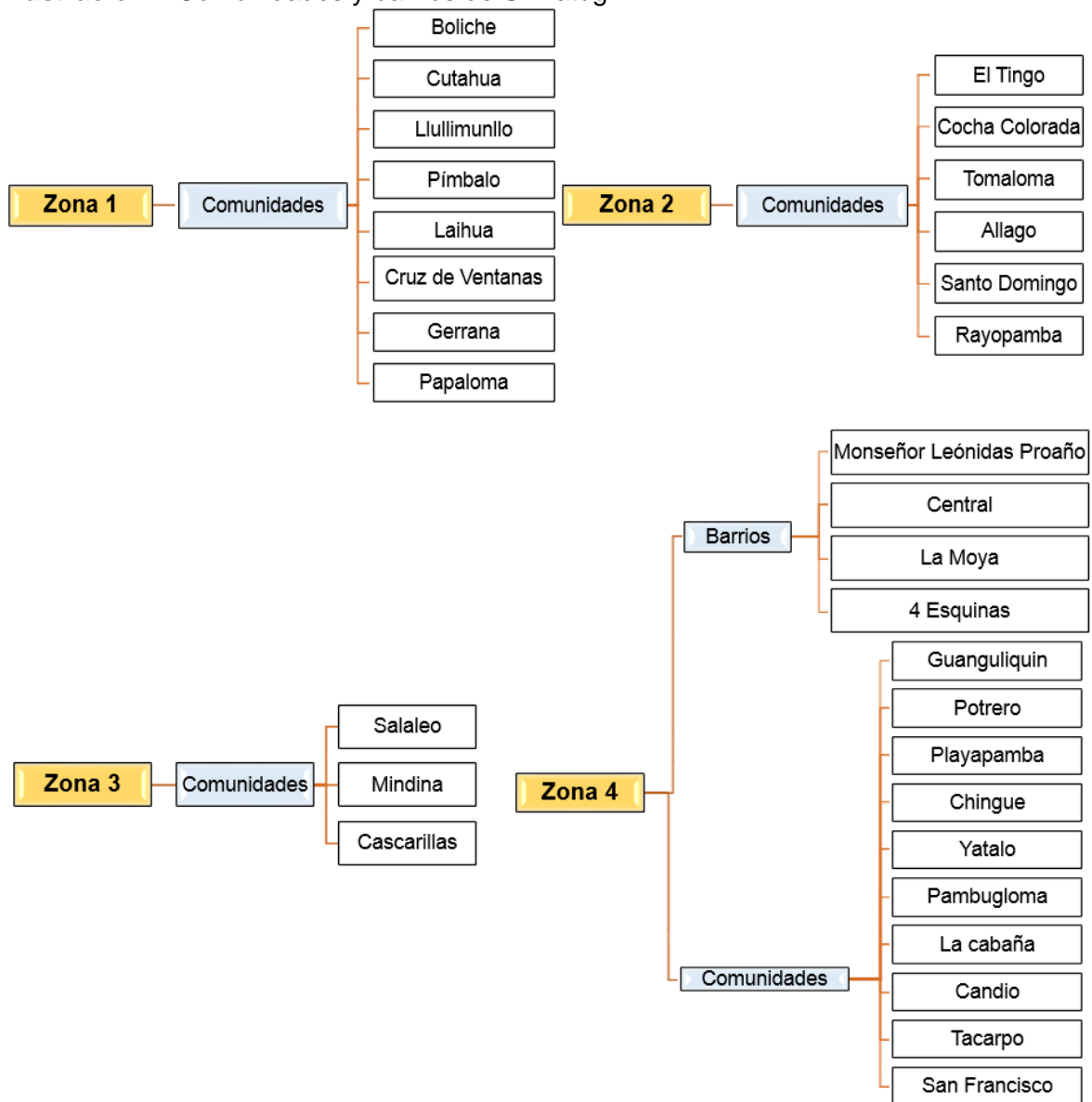
### Fauna

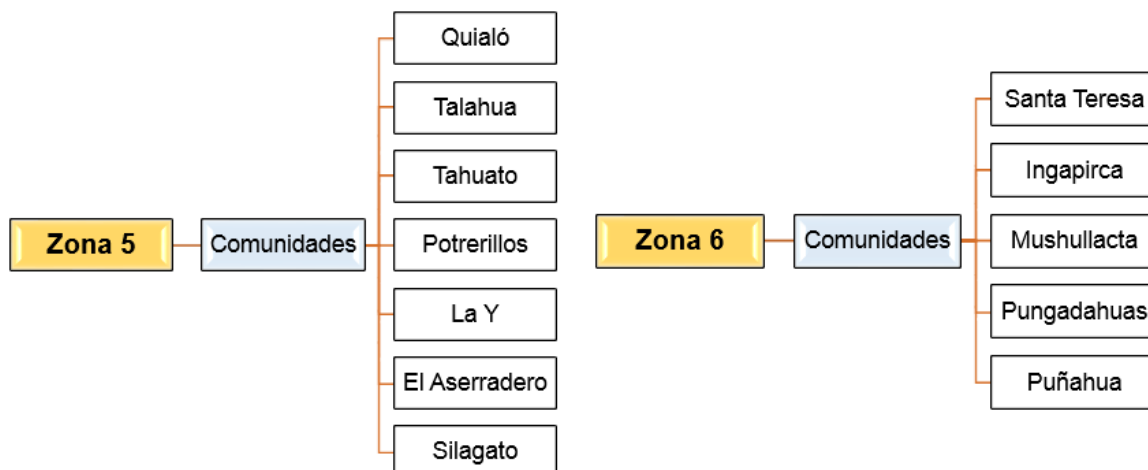
En la parroquia Simiatug se puede visualizar varios tipos de animales como: “Venado, lobo, zorrillo, raposa, conejo, chucuri, sachacuy, armadillo, ardilla, puerco sahinos, guantas, osos hormigueros, monos, venados, gatos de monte, tigrillos” (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Simiatug, 2015, pág. 9).

### 1.1.2 División Territorial del Cantón

Simiatug se encuentra rodeada de 4 barrios y 38 comunidades divididas en seis zonas.

**Ilustración 1** Comunidades y barrios de Simiatug





**Nota:** Elaboración propia de las autoras, tomado desde el plan de ordenamiento territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Simiatug, 2015).

### 1.1.3 Extensión y Límites

#### Extensión

La parroquia Simiatug se extiende a “1 km. de norte a sur, y 2 km. de este a oeste, rodeada de montañas al sur, norte y este, en la parte posterior se hallan grandes macizos rocosos; más adelante se alzan elevaciones de paja andina de páramo” (Moreno, 2008).

#### Límites

Simiatug limita con las siguientes provincias y parroquias.

- ❖ Norte con la provincia de Cotopaxi
- ❖ Sur con la parroquia Salinas
- ❖ Este con la provincia de Tungurahua y parroquia Salinas
- ❖ Oeste limita con la parroquia Facundo Vela.

**Figura 1** Mapa de Límites de Simiatug



**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomado de (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, s.f.).

#### 1.1.4 Organización Política

**Tabla 1** Representantes del GAD de la parroquia Simiatug

	<b>Representantes del GAD parroquial</b>
<b>Presidente</b>	Paulino Yanchaliquin
<b>Primer Vocal</b>	Rosa Manobanda
<b>Segundo Vocal</b>	Asencio Caiza
<b>Tercer Vocal</b>	Mario de la Cruz
<b>Cuarto Vocal</b>	Edison Mayorga

**Nota:** Información adaptada de Resultados 2019 CNE. Recuperado el 01 de abril de 2019, Simiatug- Guaranda, Ecuador.



### 1.1.5 Antecedentes históricos

Según Carlos Novoa explica que Simiatug cuenta con un territorio muy extenso: desde páramos a 4.300 m de altura hasta valles productivos a una altitud de 1.800 m. Además detalla que el nombre de Simiatug fue impuesto debido a la presencia de lobos y otros mamíferos caninos en la zona, en siglos pasados habían muchas madrigueras de lobos pequeños y zorros, estos evitaban que las aves devoren las plantaciones de cereales y granos andinos, por lo que en su honor se nombró al pueblo “Simiatug”, palabra que proviene de los vocablos kichwa simi y atuq, que en español significa “boca” y “lobo” (2016).

Debido a la escasez de sacerdotes diocesanos, llega el grupo Salesiano a la parroquia, y en 1970, Simiatug y Salinas recibe a voluntarios italianos de la Organización Mato Grosso (OMG), invitados por el Mons. Cándido Rada, obispo del cantón Guaranda de aquella época, cuya finalidad era que se integraran y conocieran a la gente indígena, sus problemas y plantear soluciones.

A raíz que se involucran, se da un cambio total a la parroquia, el grupo Matogrosso crea “La organización OSG denominado Fundación Runacunapac Yachana Huasi FRY, una de las bases más fuertes y sólidas de la organización provincial FECAB-BRUNARI la misma que es filial ECUARUNARI-CONAIE” (Sanmartín Rodríguez, 2013). La cual aún prevalece y fue creada para conseguir los sistemas educativos y recursos para producción en distintas áreas, los cuales recibieron ayuda de organizaciones externas nacionales o internacionales.

Además, en aquella época se produce una migración masiva de mestizos, debido a que históricamente la gente indígena los apadrinaba por razones de aspecto, posición social o lazos que mantenían con el estado. Con la intervención de los voluntarios, los cuales no promulgaban la distinción de mestizos e indígenas, sino que por igual hacían que se sientan orgullosos de sí mismos y se valoren, dando efecto a que las comunidades comiencen a elegir representantes de cada una de ellas, eso hizo que ya no escojan como padrinos a los mestizos, produciendo una migración masiva de solamente aquellos que no tenían terrenos, ni trabajo, sino que vivían de sus ahijados que les regalaban productos que habían cosechado o animales que mantenían, los cuales eran almacenados en bodegas para después comercializar en la feria de la parroquia,



y quedaron quienes ya tenían implementado un sistema de trabajo en sus propiedades, los cuales eran respetados por los voluntarios ya que creaban fuentes de trabajo de acuerdo al sistema de esa época y muchas familias indígenas dependían de ello.

Uno de los mestizos que se quedaron fue Víctor Manuel Ortega antiguo propietario del terreno en el que se va a realizar el estudio de factibilidad de una hostería, allí se solía trasquilar una gran cantidad de ovejas para comercializar su lana a las ciudades cercanas como Ambato o Riobamba, muchos indígenas dependían de este trabajo para solventar a sus familias, también se dedicaban a los cultivos y cuidado de animales.

En aquella época, existía la discriminación hacia las mujeres indígenas, las cuales decidieron unirse y crear el colectivo Simiatug Samai, quienes realizan artesanías y bordados a base de cabuya, estos productos son exportados, ya que Italia y Suiza son los principales interesados en ellas. Aparte de Simiatug Samai existe otro grupo de artesanos llamado Simiatug Llakta. A raíz de la creación de estas organizaciones, Simiatug ha tenido realce a nivel internacional y se han creado rutas turísticas por comunidades de la parroquia y varios emprendimientos comunitarios como las artesanías, aliños, quesos, plantas medicinales, embutidos de llama y demás cárnicos.

#### **1.1.6 Antecedentes socioeconómicos**

La población de la parroquia no cuenta con una fuente de ingreso mensual, por tal razón se dedican a actividades como agricultura, ganadería y artesanías.

- Agricultura

Los productos más cultivados son la papa, maíz, haba, fréjol y frutas andinas y tropicales.

**Tabla 2** Matriz de rendimiento de los principales productos.

Producto	Rendimiento	Unidad productiva	Volumen de producción acopiado
Leche	6,54	Litros/vaca/día	4.096 litros/día
Fréjol	30	qq/Ha/año	2.810 qq/año
Hortalizas	1,50	Kg/m2/año	16.750 kg/año

**Nota:** Información adaptada del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Simiatug, Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Simiatug, (2015). Recuperado el 7 de marzo de 2019

- Ganadería

Se dedican a la cría, reproducción y comercialización de animales menores y de corral, como vacas, ovejas, conejos, gallinas, cuyes, etc.

- Artesanías

Las artesanías realizadas por mujeres de las comunidades de Simiatug denominadas shigras han ganado importante acogida en el mercado nacional, además participan en ferias realizadas por las ciudades del país y en el mercado internacional, los productos son exportados a Italia y Suiza

“Las artesanías de la parroquia, en el año 2011 ganaron el reconocimiento de “Excelencia Artesanal” otorgada por la UNESCO, por haber demostrado destreza manual, utilización de materiales, originalidad y excelencia en su elaboración” (Vásconez, 2016, pág. 70)

- Comercio

Los días miércoles se realiza la feria principal de Simiatug, la más grande la provincia de Bolívar, allí tiene lugar la compra y venta de verduras, frutas, granos, animales, artículos de ferretería, artesanías, prendas de vestir, comida preparada, herramientas agrícolas y otros productos.

Desde Cotopaxi, Tungurahua, Manabí y de la misma provincia de Bolívar llega gran cantidad de vendedores y compradores atraídos por la variedad de productos libres de químicos.

## 1.2 Demanda

La demanda son los bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir, para ello se determinará por medio de encuestas los factores que



influyen para su decisión como sus preferencias, hábitos, la capacidad económica para pagar por el producto o servicio y demás.

### 1.2.1 Identificación de la población y muestra poblacional

#### Fórmula para calcular la muestra de los habitantes de Simiatug para poblaciones finitas

$$n: \frac{o^2 Upq}{e^2(U-1) + o^2 pq}$$

**n:** Tamaño de la muestra

**o<sup>2</sup>:** Grado de confianza: 95% que es igual a 1.96. Se utilizará un nivel de confianza alto para mayor porcentaje de seguridad .

**U:** Tamaño de la población: 5.570 habitantes de la parroquia de Simiatug.

**P:** Probabilidad a favor: 0.5, se utilizará este valor. Proporción de aceptación deseada para el producto.

**Q:** Probabilidad en contra o fracaso: 0.5, es la diferencia del valor de P, y quiere decir la probabilidad de fracaso de la investigación.

**e:** Error de estimación o nivel de error: 5% que es igual a 0.05

$$n: \frac{(1.96)^2(5570)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(5570-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n: \frac{(3.8416)(5570)(0.25)}{(0.0025)(5569) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n: \frac{5349.428}{14.8829}$$

$$n: 359.434$$

Las 360 encuestas se realizaron a los habitantes de la parroquia Simiatug.





## Fórmula para calcular la muestra de los turistas nacionales y extranjeros para poblaciones finitas

U: Tamaño de la población: 19.000 turistas nacionales y extranjeros que han visitado la parroquia Salinas cercana a Simiatug.

$$\frac{(1.96)^2(19000)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(19000 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n: \frac{(3.8416)(19000)(0.25)}{(0.0025)(18999) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n: \frac{18247.6}{48.4579}$$

$$n: 376.57$$

Las 377 encuestas se realizaron a turistas nacionales y extranjeros sin preferencia de que haya o no visitado Simiatug.

### 1.2.2 Diseño de la encuesta

Se han realizado dos diseños de encuestas, uno dirigido a habitantes de la parroquia y otro a turistas ya sean nacionales o extranjeros que visiten o no la misma. Las encuestas están diseñadas para obtener información sobre la aceptación que tendría la hostería, los gustos y preferencias de cada uno de los encuestados, tales como actividades de recreación, tarifas, entre otros (ver anexo 3 y 4)

### Elementos y unidades muestrales

**Tabla 3** Matriz de elementos y unidades muestrales.

Género	Edad	A quién está dirigido
<b>Residentes</b>		
Masculino	De 15 a 64 años	Habitantes de Simiatug
Femenino		
<b>Turistas</b>		
Masculino	De 15 a 64 años	Nacionales
Femenino		Extranjeros

**Nota:** Elaboración propia con base a la necesidad para realizar las encuestas del proyecto “Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar”

### 1.2.3 Recolección de información

Se han elaborado 360 encuestas a los habitantes de la parroquia Simiatug para determinar la aceptación del establecimiento en la zona, y a su vez que tipo de instalaciones podrían tener acogida por la localidad; y se ha realizado 377 encuestas a turistas nacionales y extranjeros sin preferencia de que hayan o no visitado la parroquia, los cuales nos permite establecer las posibles actividades, instalaciones, tarifas, conocer los motivos de su visita y demás.

### 1.2.4 Resultados de las encuestas

#### RESULTADOS DE ENCUESTA A HABITANTES DE SIMIATUG

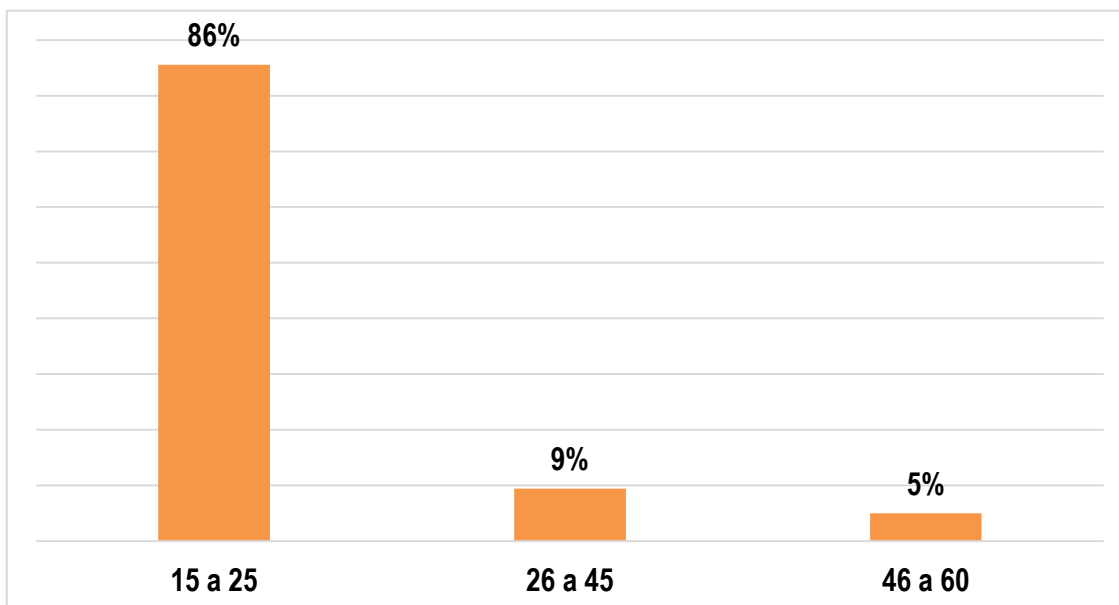
Mediante las encuestas realizadas a 360 habitantes de Simiatug se observa a continuación los resultados de los mismos:

#### Edad

**Tabla 4** Edad de habitantes.

Opciones	Personas	%
15 a 25	308	86%
26 a 45	34	9%
46 a 60	18	5%
<b>Total general</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.





## Interpretación

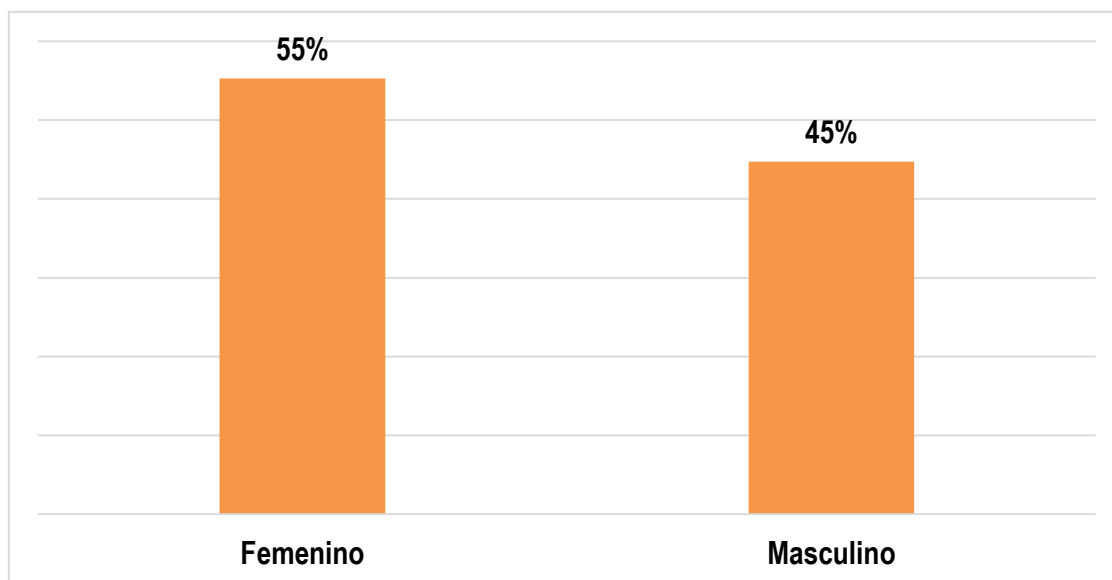
Del total de encuestados en Simiatug se puede observar que el 86% de personas están entre los 15 a 25 años de edad, mientras que el 9% corresponde a la edad de 26 a 45 años, finalmente un 5% corresponde de 46 a 60 años.

## Género

**Tabla 5** Género de habitantes.

Opciones	Personas	%
Masculino	161	45%
Femenino	199	55%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras en base a las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.



## Interpretación

Entre los 360 habitantes encuestados en Simiatug, el 45% pertenece al género masculino, mientras que el 55% al género femenino.

- Posteriormente se elaboraron 14 preguntas las cuales se detallan a continuación los resultados.



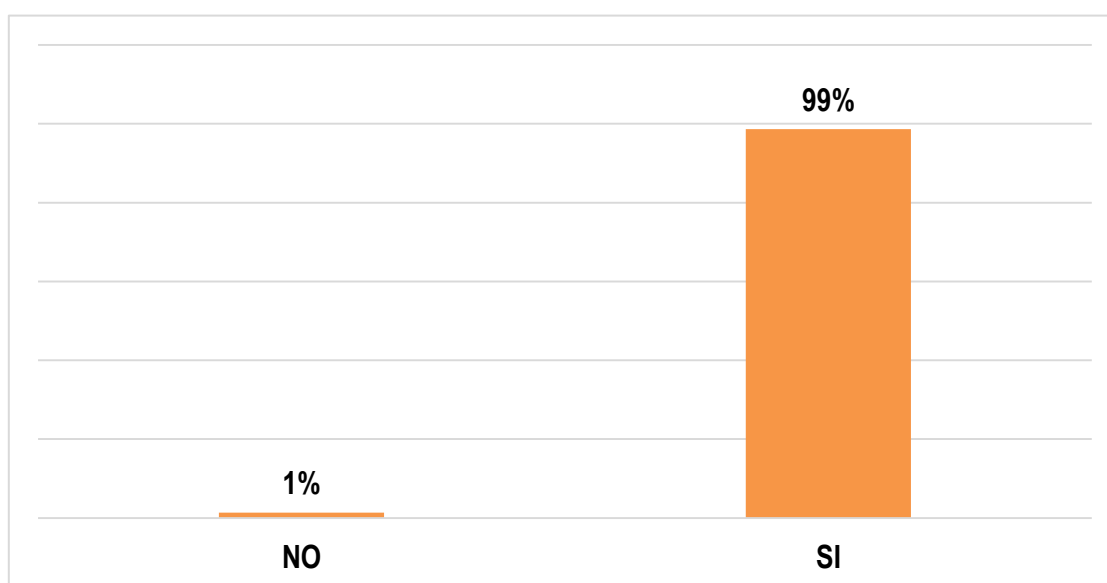
## PREGUNTA 1

¿Le gustaría encontrar una hostería en Simiatug, en la que brinden actividades de entretenimiento?

**Tabla 6** ¿Le gustaría encontrar una hostería en Simiatug, en la que brinden actividades de entretenimiento?

Opciones	Personas	%
SI	355	99%
NO	5	1%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.



## Interpretación

De las 360 encuestas realizadas, el 99% de personas les agradaría encontrar una hostería en el lugar, mientras que al 1% de encuestados no está interesado de dicho establecimiento.

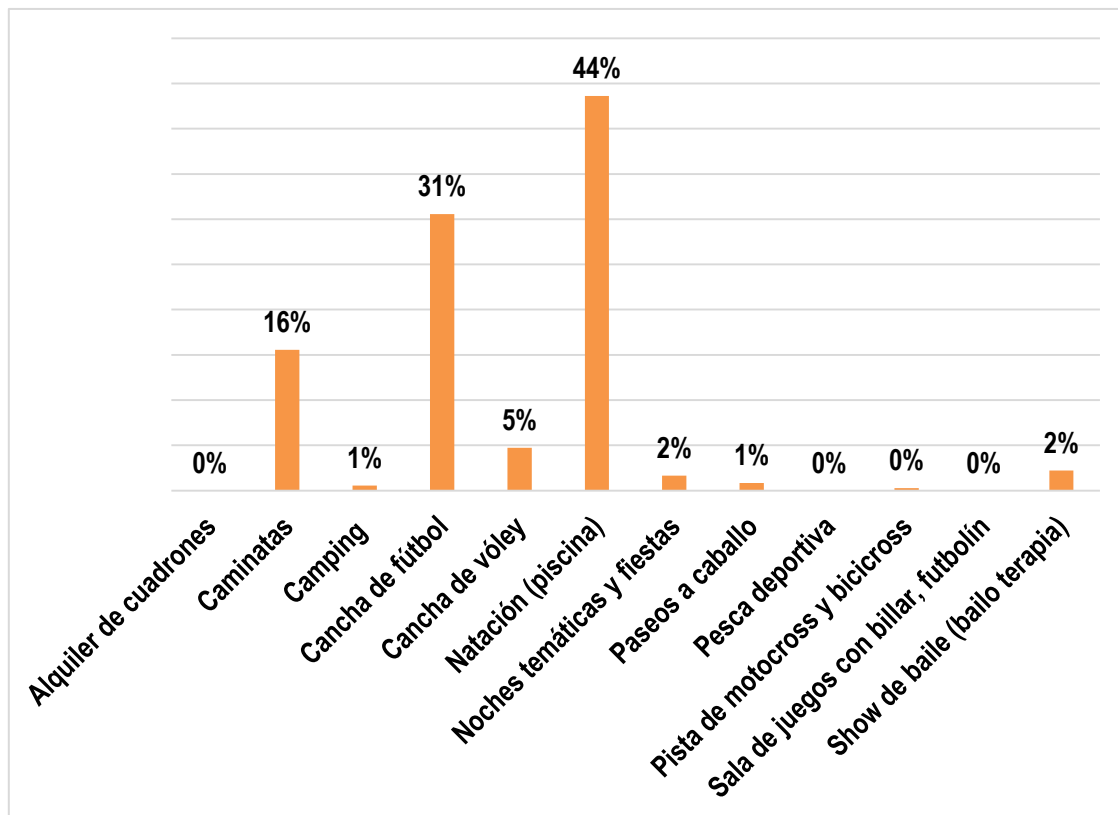
## PREGUNTA 2

De los siguientes elementos de entretenimiento, señale 1 de su preferencia.

**Tabla 7** De los siguientes elementos de entretenimiento, señale 1 de su preferencia.

Opciones	Personas	%
Alquiler de cuadrones	0	0%
Caminatas	56	16%
Camping	2	1%
Cancha de fútbol	110	31%
Cancha de vóley	17	5%
Natación (piscina)	157	44%
Noches temáticas y fiestas	6	2%
Paseos a caballo	3	1%
Pesca deportiva	0	0%
Pista de motocross y bicicross	1	0%
Sala de juegos con billar, futbolín	0	0%
Show de baile (bailo terapia)	8	2%
<b>Total general</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.





## Interpretación

Entre los resultados más significativos tenemos que el 44% de los encuestados prefieren disfrutar de natación (piscina), el 31% cancha de fútbol, y el 16% caminatas.

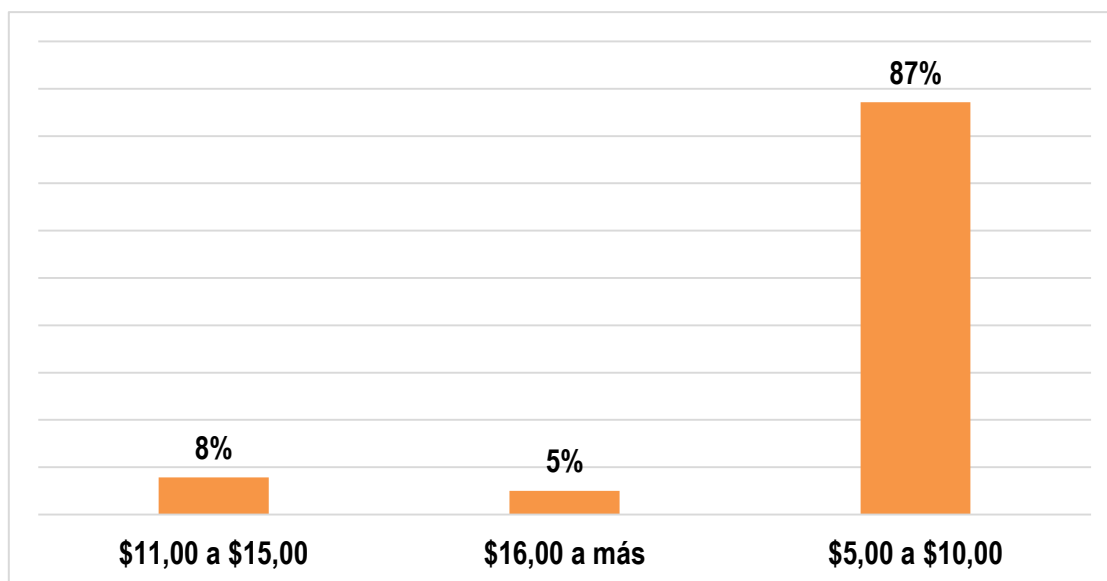
## PREGUNTA 3

De existir un establecimiento con todas las actividades mencionadas anteriormente, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por su uso?

**Tabla 8** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uso de instalaciones?

Opciones	Personas	%
\$5,00 a \$10,00	312	87%
\$11,00 a \$15,00	28	8%
\$16,00 a más	18	5%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.



## Interpretación

De las 360 personas encuestadas, el 87% se encuentra dispuesta a pagar de \$5,00 a \$10,00 por las actividades antes mencionadas, el 8% de \$11,00 a \$15,00 y el 5% de \$16,00 a más.



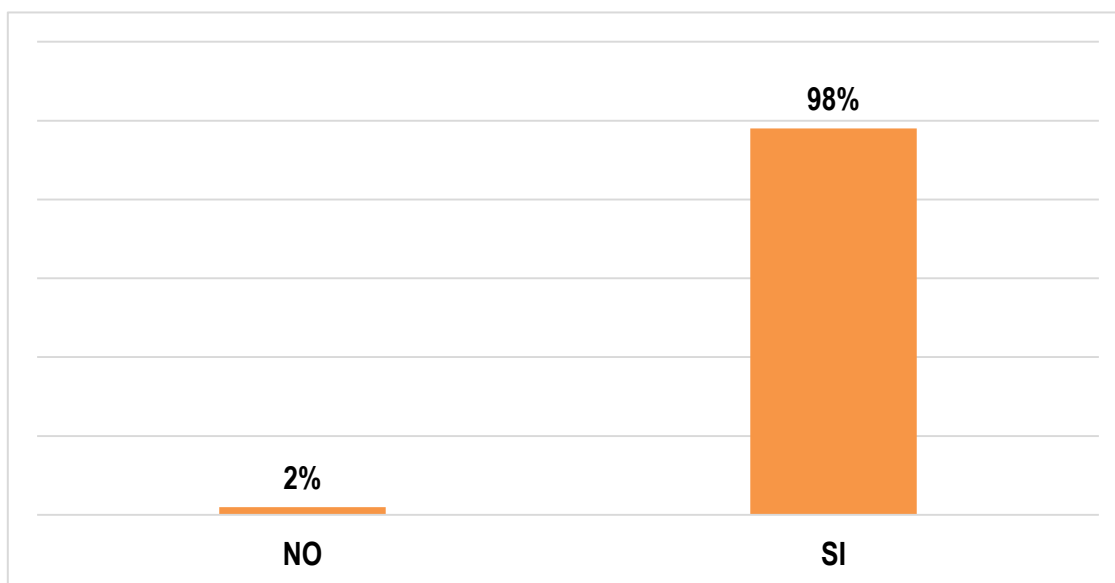
#### PREGUNTA 4

¿Consume usted alimentos fuera de su hogar?

**Tabla 9** ¿Consume usted alimentos fuera de su hogar?

Opciones	Personas	%
SI	353	98%
NO	7	2%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.



#### Interpretación

En la encuesta realizada se pudo observar que el 98% de participantes consumen alimentos fuera del hogar, y el 2% no lo hace.

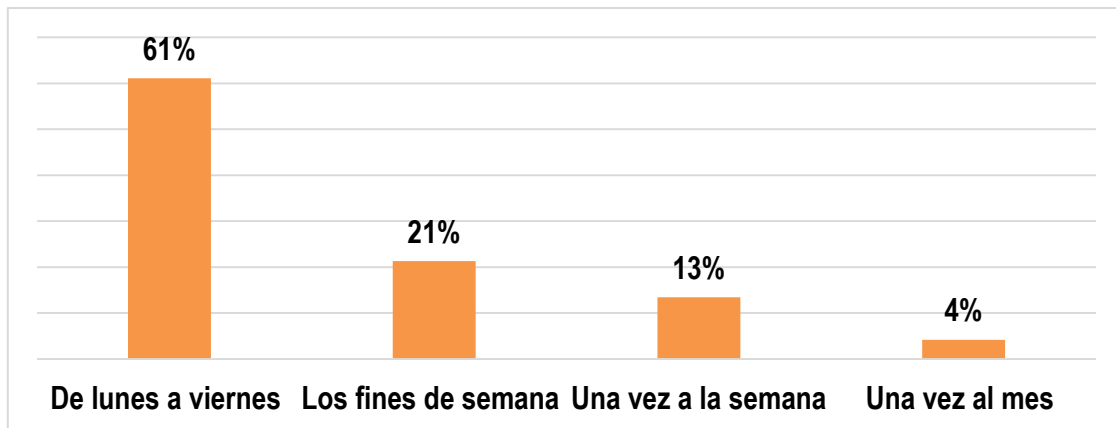
#### PREGUNTA 5

¿Cuántas veces consume usted alimentos fuera de su hogar?

**Tabla 10** ¿Cuántas veces consume usted alimentos fuera de su hogar?

Opciones	Personas	%
De lunes a viernes	218	61%
Los fines de semana	76	21%
Una vez a la semana	48	13%
Una vez al mes	15	4%
<b>Total general</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.



### Interpretación

La mayor parte de los encuestados consumen alimentos fuera del hogar, por lo que al valorar la frecuencia tenemos que el 61% lo hace de lunes a viernes, el 21% los fines de semana, el 13% una vez a la semana y el 4% una vez al mes.

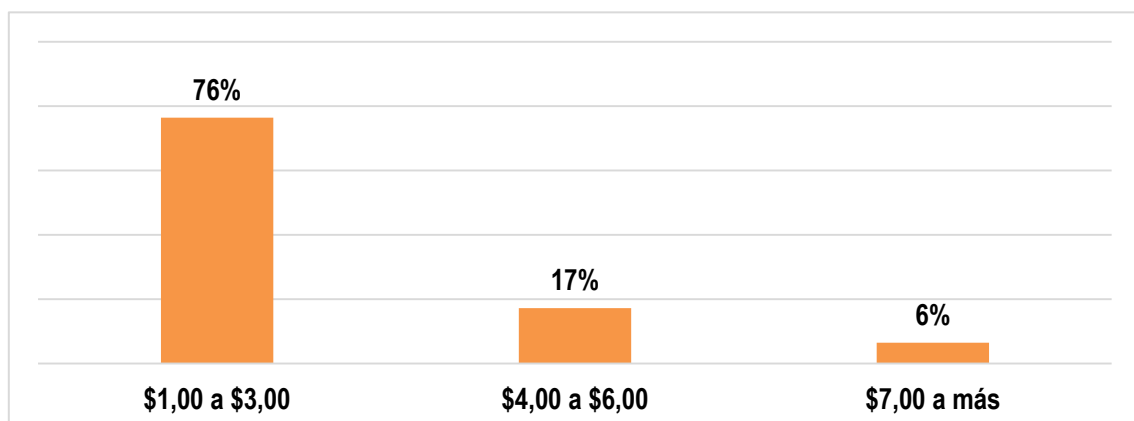
### PREGUNTA 6

**¿Cuánto le cuesta por término medio el consumo de alimentos cuando lo hace en bares, restaurantes o establecimientos similares?**

**Tabla 11** ¿Cuánto le cuesta por término medio el consumo de alimentos cuando lo hace en bares, restaurantes o establecimientos similares?

Opciones	Personas	%
\$1,00 a \$3,00	275	76%
\$4,00 a \$6,00	62	17%
\$7,00 a más	23	6%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.





## Interpretación

Por las actividades y servicios antes mencionados el 76% de los encuestados están dispuestos a pagar de entre \$0,00 a \$3,00, el 16% de \$4,00 a \$6,00 y el 7% de \$7,00 a más.

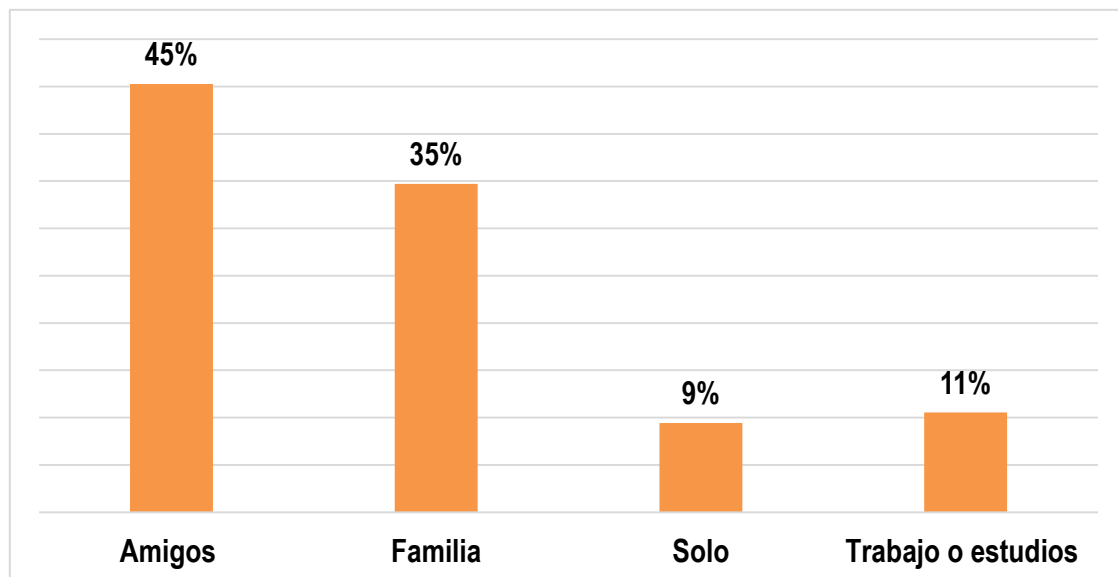
## PREGUNTA 7

**¿En término general cuando usted consume alimentos fuera de su hogar lo hace solo o acompañado?**

**Tabla 12** ¿Cuando usted consume alimentos fuera de su hogar lo hace solo o acompañado?

Opciones	Personas	%
Solo	34	9%
Familia	125	35%
Amigos	163	45%
Trabajo o estudios	38	11%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.



## Interpretación

De los 360 encuestados, el 45% viaja con amigos, el 35% viaja en familia, el 11% lo hace por trabajo o estudio y el 9% viaja solo.



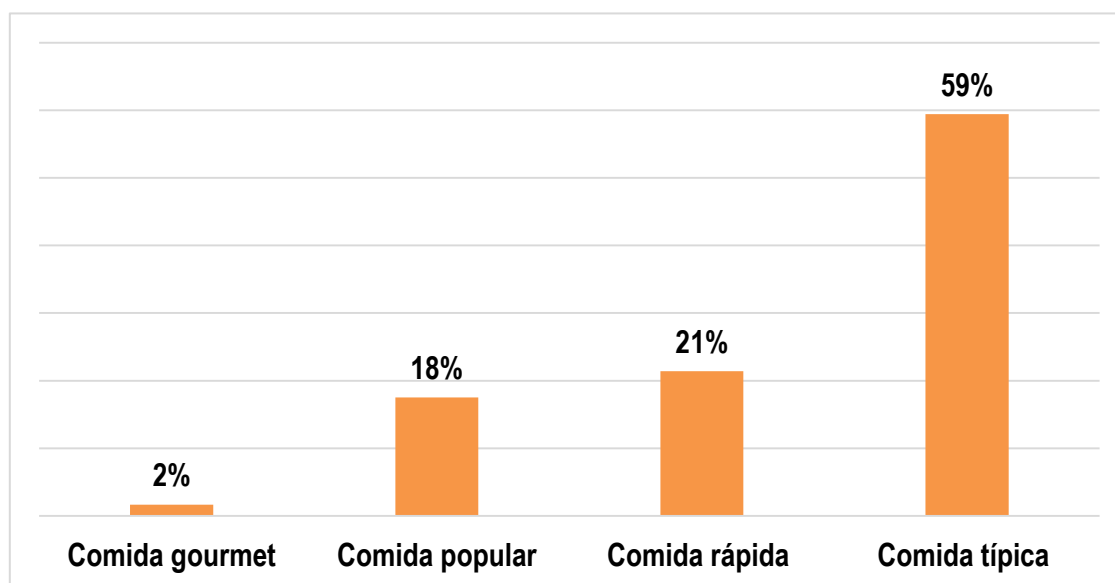
## PREGUNTA 8

### ¿Qué tipo de comida prefiere?

**Tabla 13** ¿Qué tipo de comida prefiere?

Opciones	Personas	%
Comida típica	214	59%
Comida popular	63	18%
Comida rápida	77	21%
Comida gourmet	6	2%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Simiatug.



### Interpretación

De los 360 habitantes encuestados, el 59% desearían consumir comida típica, el 21% comida rápida, el 18% comida popular y el 2% comida gourmet.



## RESULTADOS DE ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

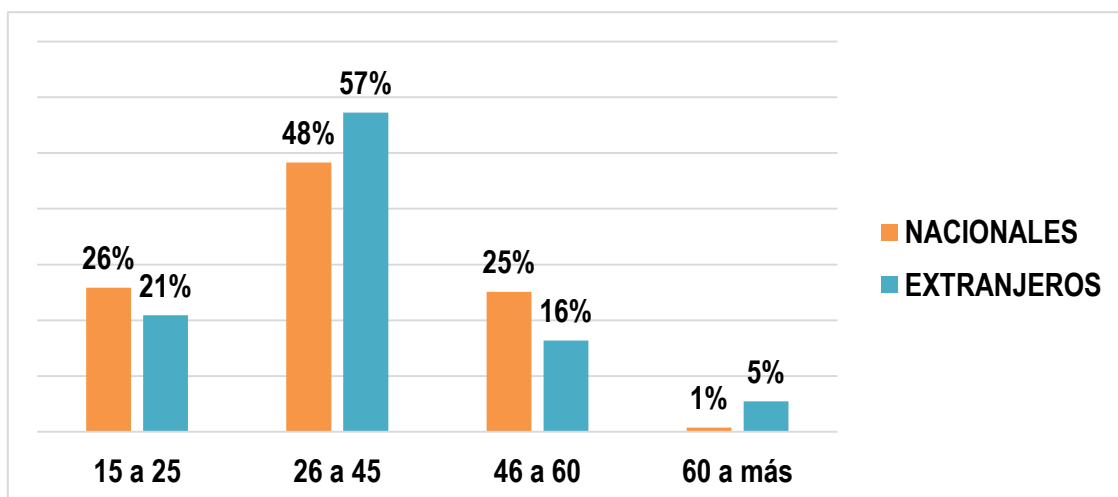
Se realizó 377 encuesta, las cuales 267 son de turistas nacionales, mientras que 110 son extranjeros; a continuación, se detallará los resultados de los mismos.

### Edad

**Tabla 14** Edad de turistas nacionales y extranjeros.

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
15 a 25	69	26%	23	21%
26 a 45	129	48%	63	57%
46 a 60	67	25%	18	16%
60 a más	2	1%	6	5%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



### Interpretación

De 377 encuestados de 15 a 25 años, el 26% son nacionales, y el 21% extranjeros; de 26 a 45 años el 48% son nacionales y el 57% extranjeros; de 46 a 60 años el 25% son nacionales y el 16 % extranjeros; finalmente de 60 a más años de edad el 1% son nacionales y el 5% extranjeros.

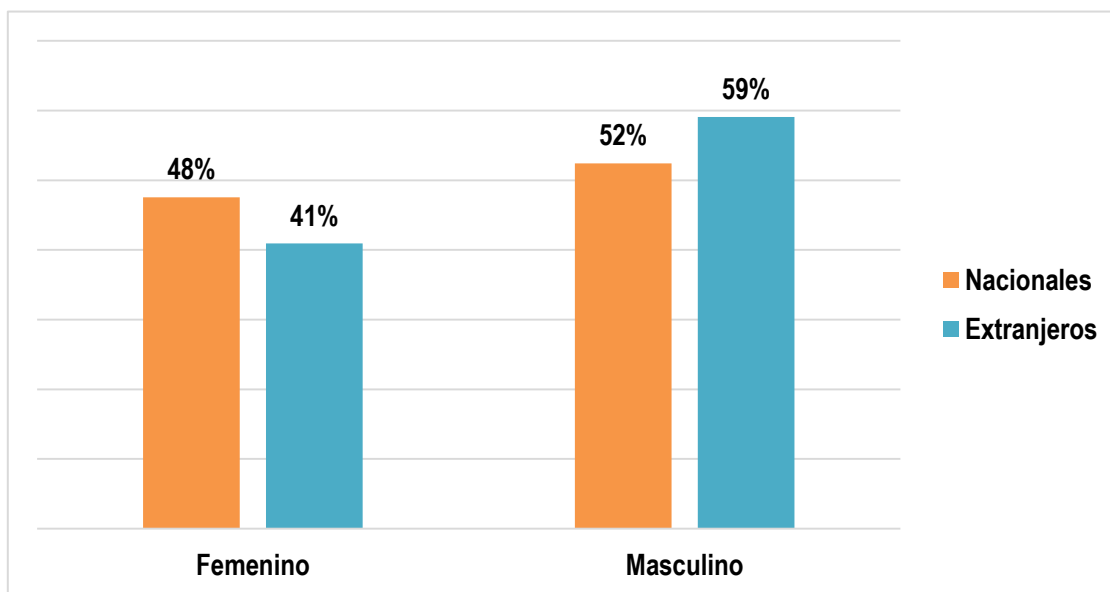


## Género

**Tabla 15** Género de turistas nacionales y extranjeros.

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
Femenino	127	48%	45	41%
Masculino	140	52%	65	59%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



## Interpretación

Del total de encuestados el 48% femenino y 52% masculino son nacionales mientras que el 41% femenino y 59% masculino son extranjeros.

- Además, se elaboraron 14 preguntas de las cuales el resultado se puede observar a continuación

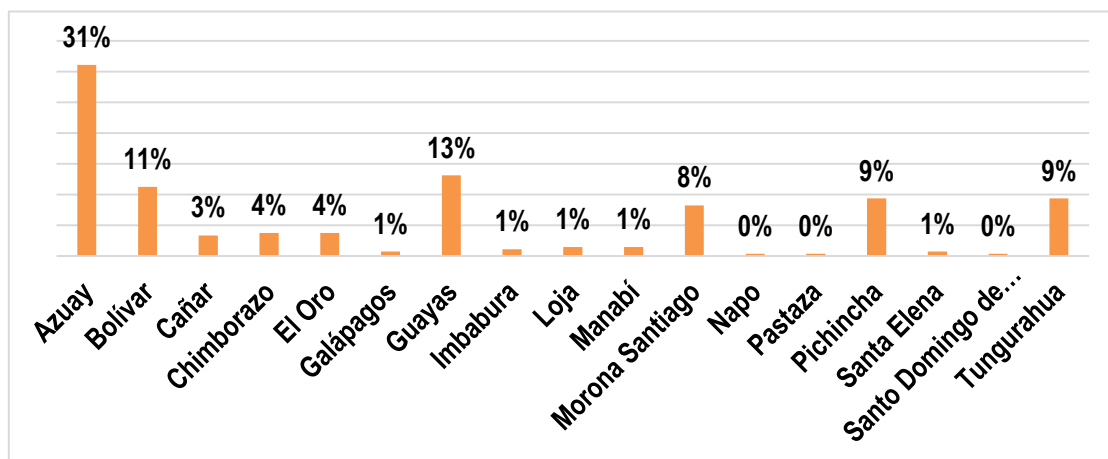
## PREGUNTA 1

### ¿En qué lugar reside?

**Tabla 16** Lugar de residencia de turistas nacionales

Opciones	Nacionales	%
Azuay	83	31%
Bolívar	30	11%
Cañar	9	3%
Chimborazo	10	4%
El Oro	10	4%
Galápagos	2	1%
Guayas	35	13%
Imbabura	3	1%
Loja	4	1%
Manabí	4	1%
Morona Santiago	22	8%
Napo	1	0%
Pastaza	1	0%
Pichincha	25	9%
Santa Elena	2	1%
Santo Domingo de los Tsáchilas	1	0%
Tungurahua	25	9%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.<sup>4</sup>



### Interpretación

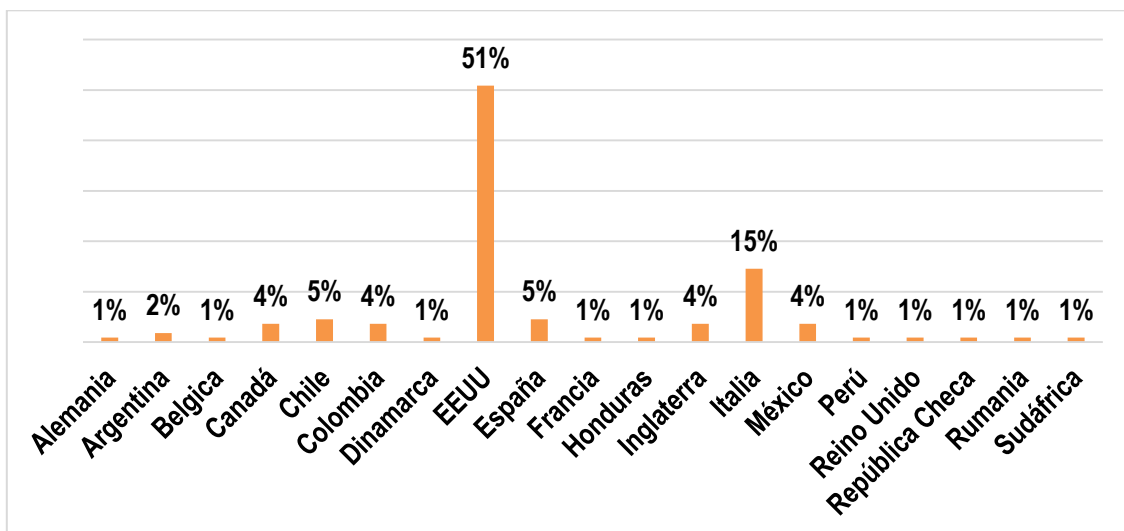
De las 267 encuestas realizadas a turistas nacionales, el 31% es de la provincia del Azuay, el 13% del Guayas, el 11% es de Bolívar, el 9% Tungurahua, Pichincha y el 8% de Morona Santiago.

## Turistas Extranjeros

**Tabla 17** Lugar de residencia de turistas extranjeros

Opciones	Extranjeros	%
Alemania	1	1%
Argentina	2	2%
Bélgica	1	1%
Canadá	4	4%
Chile	5	5%
Colombia	4	4%
Dinamarca	1	1%
EEUU	56	51%
España	5	5%
Francia	1	1%
Honduras	1	1%
Inglaterra	4	4%
Italia	16	15%
México	4	4%
Perú	1	1%
Reino Unido	1	1%
República Checa	1	1%
Rumania	1	1%
Sudáfrica	1	1%
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.<sup>4</sup>



## Interpretación

De los 110 turistas extranjeros encuestados, el 51% son de EEUU, el 15% Italia, el 5% España, Chile y con el 4% Inglaterra, Canadá, Colombia y México.

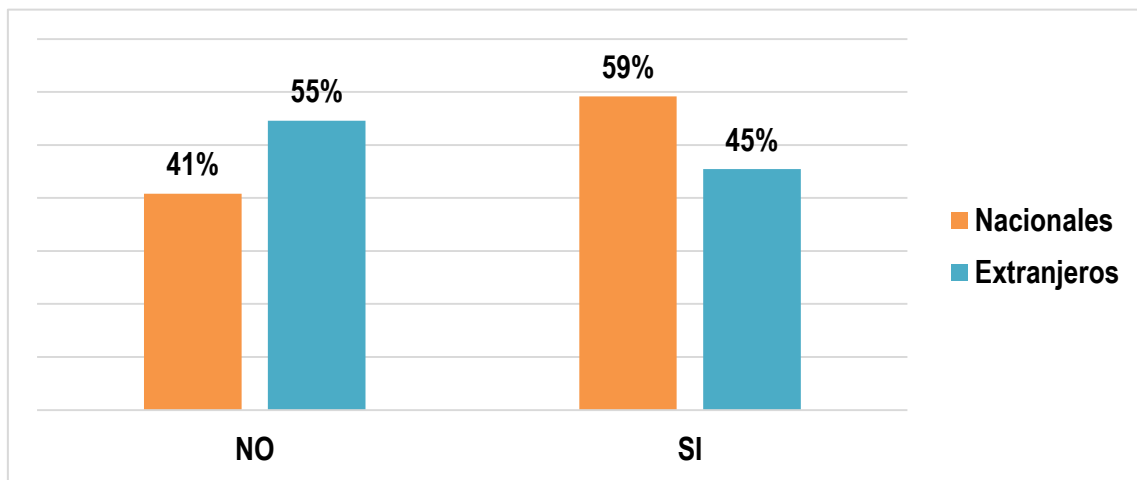
## PREGUNTA 2

**¿Ha visitado Simiatug?** (si su respuesta es sí, continúe con la siguiente pregunta; si su respuesta es no, continúe llenando la encuesta desde la pregunta 8)

**Tabla 18** ¿Ha visitado Simiatug?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
NO	109	41%	60	55%
SI	158	59%	50	45%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros ver (Anexo 5.1) más detallado.



## Interpretación

En la encuesta realizada el 41% de turistas nacionales no han visitado Simiatug y el 59% si lo hace; además el 55% de extranjeros no conocen la parroquia, pero el 45% sí.

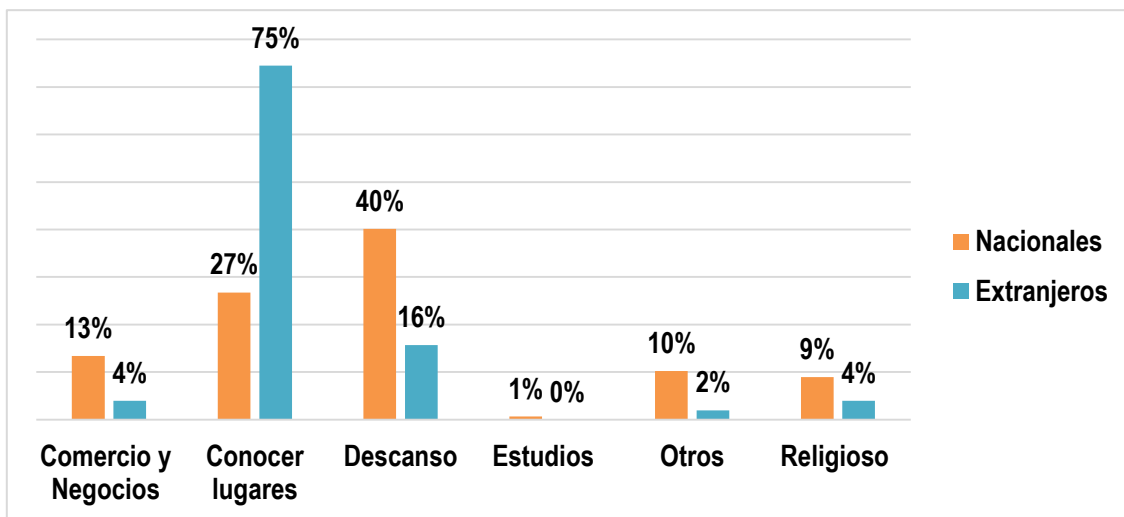
### PREGUNTA 3

#### ¿Cuál es el principal motivo de su visita a Simiatug?

**Tabla 19** ¿Cuál es el principal motivo de su visita a Simiatug?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
Comercio y Negocios	21	13%	2	4%
Conocer lugares	42	27%	38	75%
Descanso	63	40%	8	16%
Estudios	1	1%	0	0%
Otros	16	10%	1	2%
Religioso	14	9%	2	4%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros ver (anexo 5.2) más detallado.



#### Interpretación

De las 208 personas que han visitado Simiatug el 27% de nacionales y 75% de turistas lo hacen por conocer lugares, sin embargo, el 40% de nacionales y 16% lo realiza por descanso.



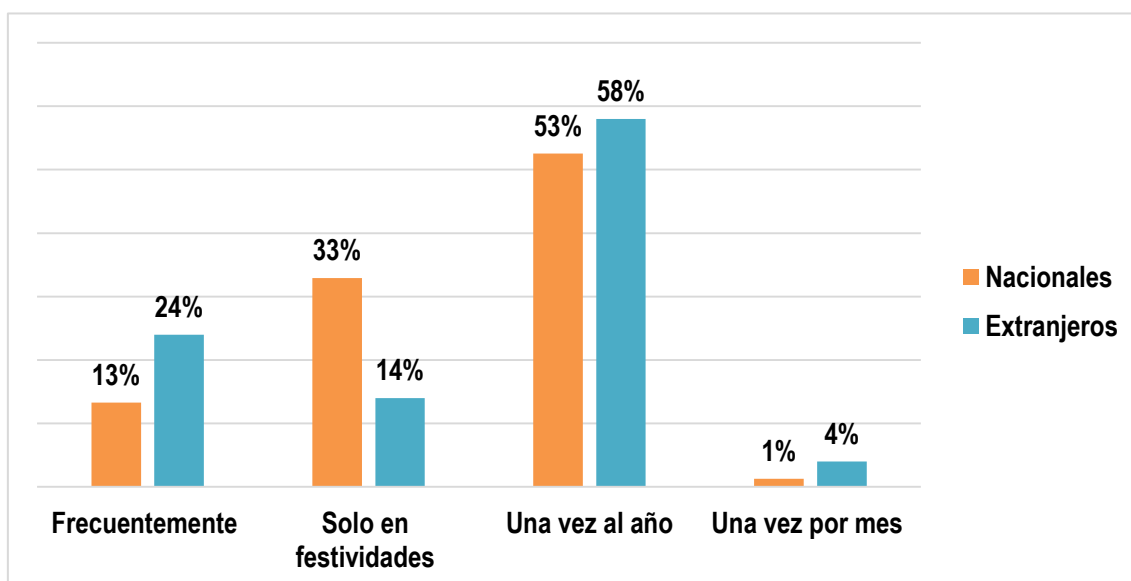
## PREGUNTA 4

### ¿Cuántas veces al año visita usted Simiatug?

**Tabla 20** ¿Cuántas veces al año visita usted Simiatug?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
Frecuentemente	21	13%	12	24%
Solo en festividades	52	33%	7	14%
Una vez al año	83	53%	29	58%
Una vez por mes	2	1%	2	4%
<b>Total</b>	<b>158</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros ver (anexo 5.3) más detallado.



### Interpretación

De las 210 personas que han visitado Simiatug el 53% de nacionales y el 58% de extranjeros lo hace una vez al año, el 33% de nacionales y el 14% de extranjeros solo en festividades, el 13% de Nacionales y 24% de extranjeros frecuentemente, y el 1% de nacionales y el 4% de extranjeros una vez por mes.

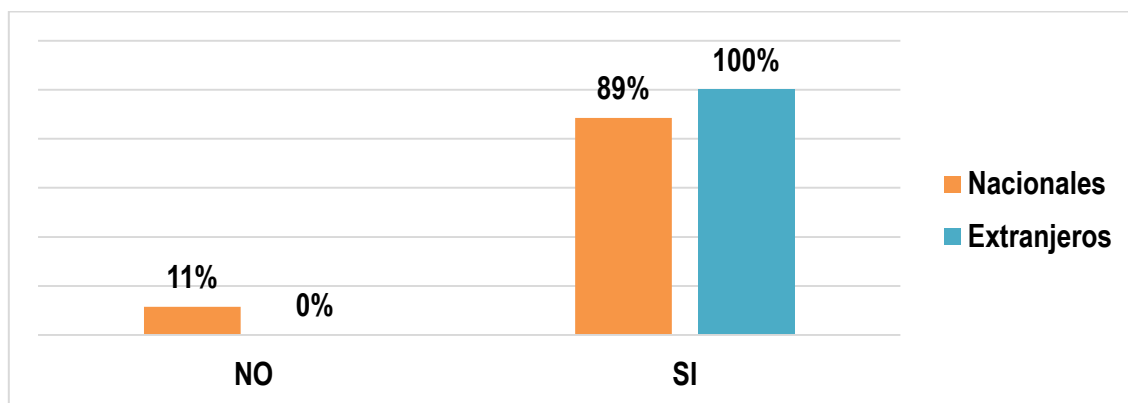
## PREGUNTA 5

**Quando viaja a Simiatug ¿usted permanece por más de 24 horas?**

**Tabla 21** Cuando viaja a Simiatug ¿usted permanece por más de 24 horas?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
NO	18	11%	0	0%
SI	139	89%	51	100%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros ver (anexo 5.4) más detallado.



## Interpretación

En la encuesta realizada se pudo observar que el 11% de turistas nacionales no pernocta en Simiatug, mientras que el 89% de nacionales y el 100% de turistas si lo hace.

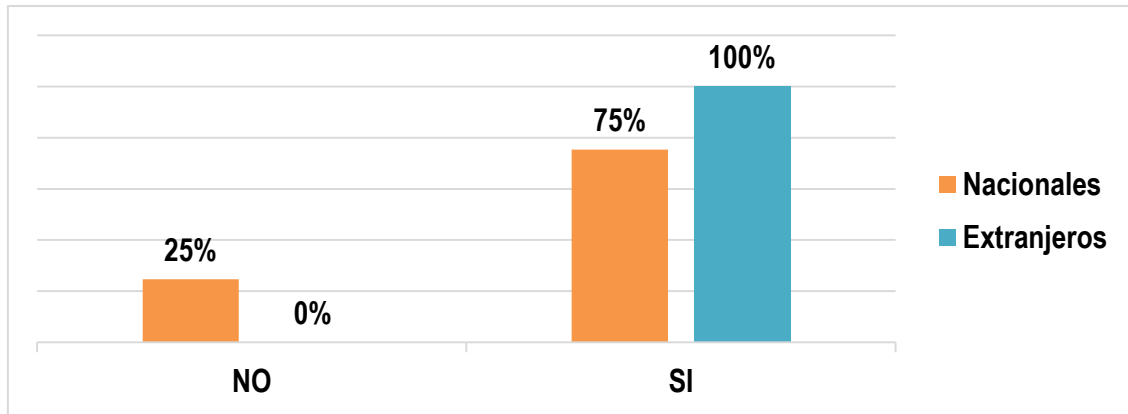
## PREGUNTA 6

**Quando viaja a Simiatug ¿usted pernocta en establecimientos de alojamiento?**

**Tabla 22** ¿Usted pernocta en establecimientos de alojamiento?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
NO	39	25%	0	0%
SI	119	75%	50	100%
<b>Total</b>	<b>158</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros ver (anexo 5.5) más detallado



### Interpretación

En la encuesta realizada se pudo observar que el 25% de turistas nacionales no pernoctan en Simiatug, mientras que el 75% si lo hace, además el 100% de turistas extranjeros lo hace.

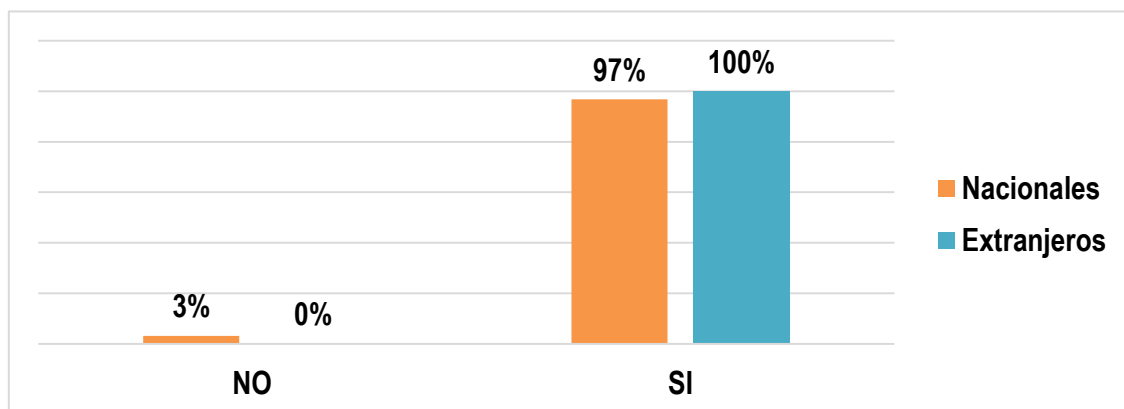
### PREGUNTA 7

**Cuando visita Simiatug, ¿usted asiste a un establecimiento de alimentos y bebidas?**

**Tabla 23** Cuando visita Simiatug, ¿usted asiste a un establecimiento de alimentos y bebidas?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
NO	5	3%	0	0%
SI	153	97%	50	100%
<b>Total</b>	<b>158</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros ver (anexo 5.6) más detallado.



## Interpretación

En la encuesta realizada se pudo observar que el 3% de turistas nacionales no acuden a un establecimiento de alimentos y bebidas y el 97% si lo hace, además de que el 100% de turistas extranjeros también visita dichos lugares.

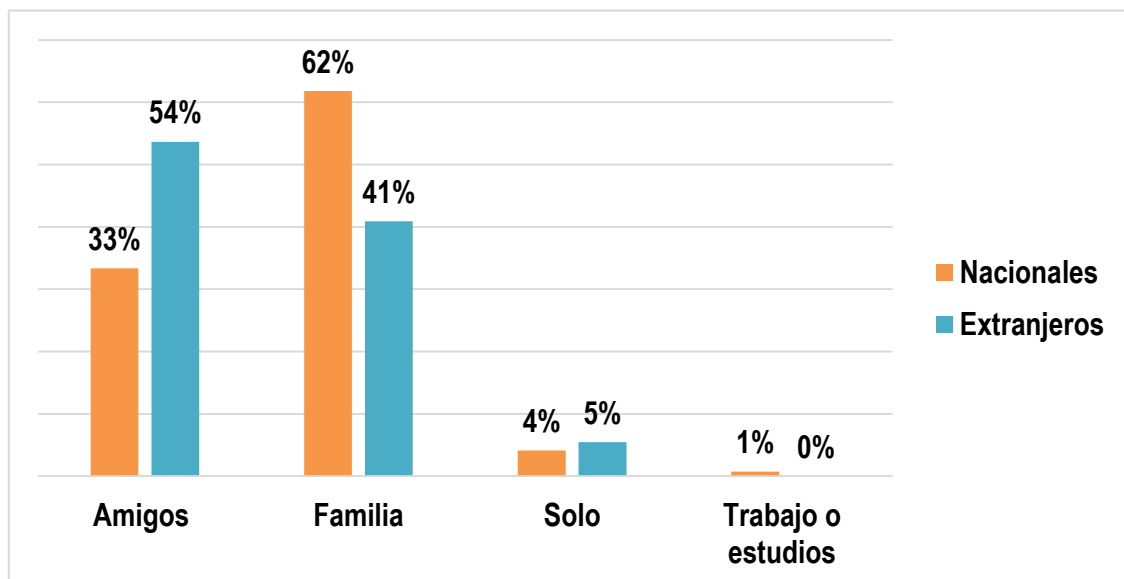
## PREGUNTA 8

### Cuando viaja, lo hace con:

**Tabla 24** Cuando viaja, lo hace con:

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
Amigos	89	33%	59	54%
Familia	165	62%	45	41%
Solo	11	4%	6	5%
Trabajo o estudios	2	1%	0	0%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



## Interpretación

De los 377 encuestados el 62% de nacionales y el 41% de extranjeros viajan en familia, el 33% nacional y el 54% extranjero lo hace con amigos, y el 4% de nacionales y 5% extranjeros lo realiza solo.

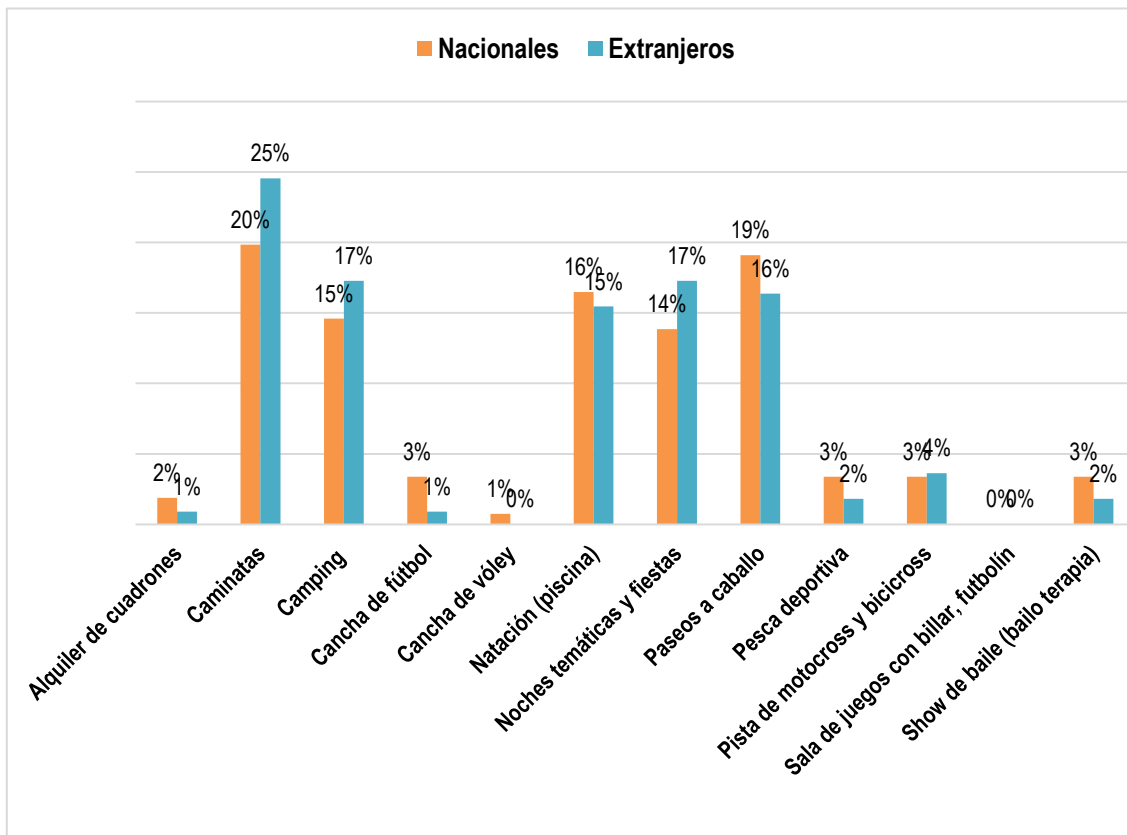
## PREGUNTA 9

De las siguientes actividades de entretenimiento, señale 1 de su preferencia.

**Tabla 25** De las siguientes actividades de entretenimiento, señale 1 de su preferencia.

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
Alquiler de cuadrones	5	2%	1	1%
Caminatas	53	20%	27	25%
Camping	39	15%	19	17%
Cancha de fútbol	9	3%	1	1%
Cancha de vóley	2	1%	0	0%
Natación (piscina)	44	16%	17	15%
Noches temáticas y fiestas	37	14%	19	17%
Paseos a caballo	51	19%	18	16%
Pesca deportiva	9	3%	2	2%
Pista de motocross y bicicross	9	3%	4	4%
Sala de juegos con billar, futbolín	0	0%	0	0%
Show de baile (bailo terapia)	9	3%	2	2%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros ver (anexo 5.7) más detallado.



## Interpretación

Entre los resultados más importantes para los turistas nacionales el 20% prefiere hacer caminatas, el 19% paseo a caballo, el 16% natación, el 15% camping y el 14% noches temáticas; sin embargo, los turistas extranjeros prefieren realizar las siguientes actividades, el 25% caminatas, 17% camping y noches temáticas, 16% paseo a caballo y un 15% natación.

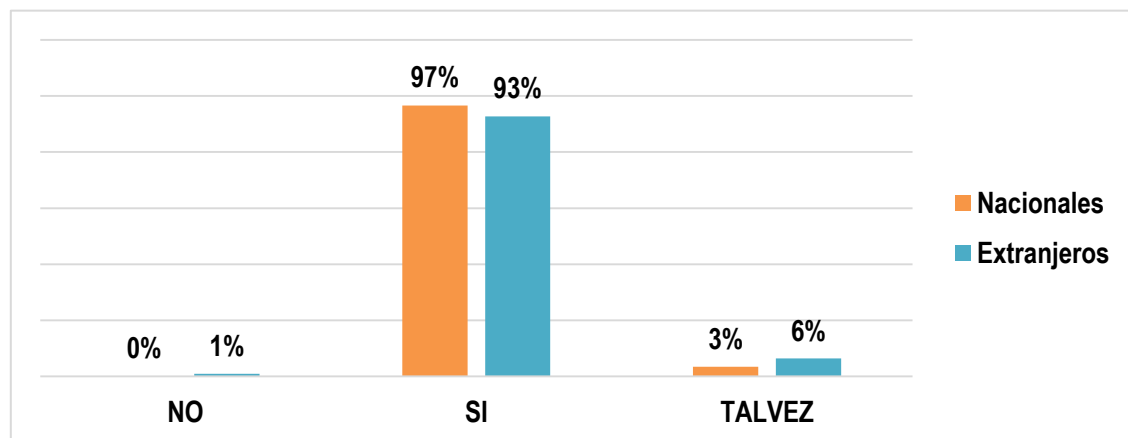
## PREGUNTA 10

Si existiera un lugar de alojamiento en Simiatug donde también cuente con actividades de recreación, ¿usted asistiría?

**Tabla 26** Si existiera un lugar de alojamiento en Simiatug donde también cuente con actividades de recreación, ¿usted asistiría?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
NO	0	0%	1	1%
SI	258	97%	102	93%
TALVEZ	9	3%	7	6%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



## Interpretación

De las 377 encuestas realizadas, el 97% de turistas nacionales y el 93% de extranjeros les agradaría encontrar un establecimiento de alojamiento.

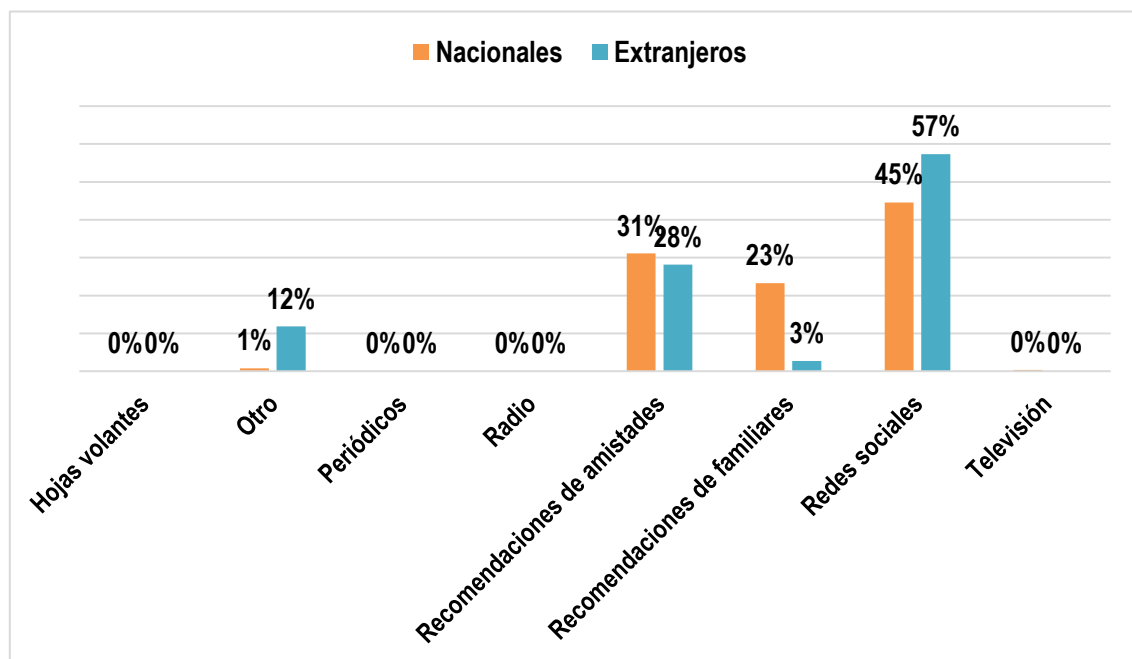
## PREGUNTA 11

### ¿Cómo conoce usted nuevos establecimientos de alojamiento?

**Tabla 27** ¿Cómo conoce usted nuevos establecimientos de alojamiento?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
Hojas volantes	0	0%	0	0%
Otro	2	1%	13	12%
Periódicos	0	0%	0	0%
Radio	0	0%	0	0%
Recomendaciones de amistades	83	31%	31	28%
Recomendaciones de familiares	62	23%	3	3%
Redes sociales	119	45%	63	57%
Televisión	1	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



### Interpretación

Según las encuestas realizadas, a turistas nacionales el 45% conocen nuevos establecimientos de alojamiento por medio de redes sociales, el 31% por recomendaciones de amistades, el 23% por recomendaciones familiares, mientras que en turistas extranjeros el 57% lo hace por medio de redes sociales, el 28% por recomendaciones de amistades y el 3% por recomendaciones de familiares.

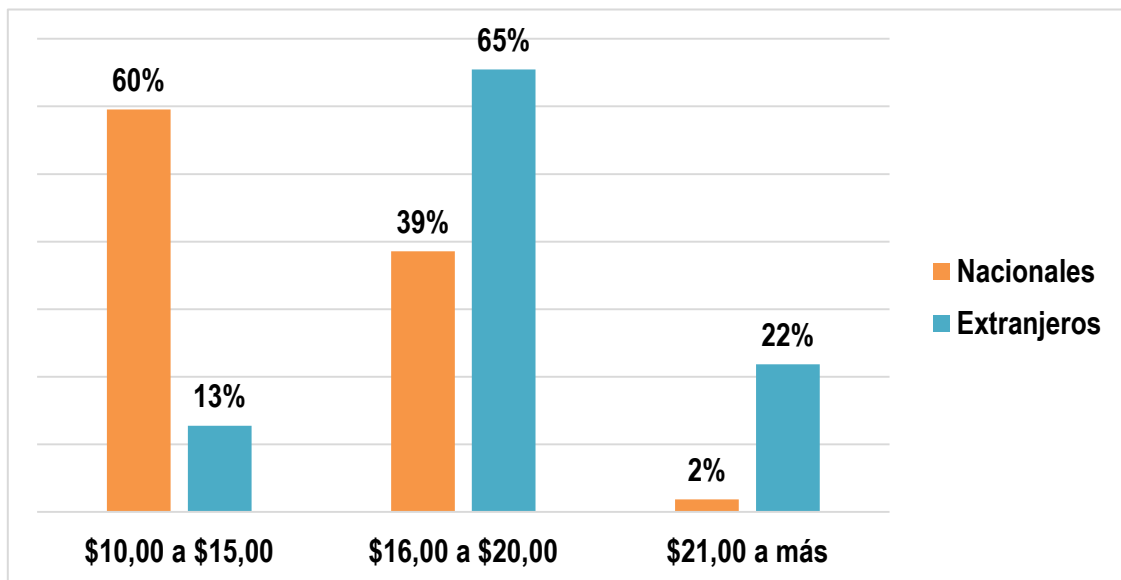
## PREGUNTA 12

**¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona? (incluido sólo desayuno).**

**Tabla 28** ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona? (incluido sólo desayuno).

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
\$10,00 a \$15,00	159	60%	14	13%
\$16,00 a \$20,00	103	39%	72	65%
\$21,00 a más	5	2%	24	22%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



## Interpretación

De las 377 personas encuestadas, el 60% se encuentra dispuesto a pagar de \$10,00 a \$15,00, el 39% de \$16,00 a \$20,00 y el 2% de \$21,00 a más de turistas nacionales mientras que para los extranjeros pueden pagar un 65% \$16,00 a \$20,00, un 22% de \$21,00 a más y un 13% de \$10,00 a \$15,00, por las actividades antes mencionadas.



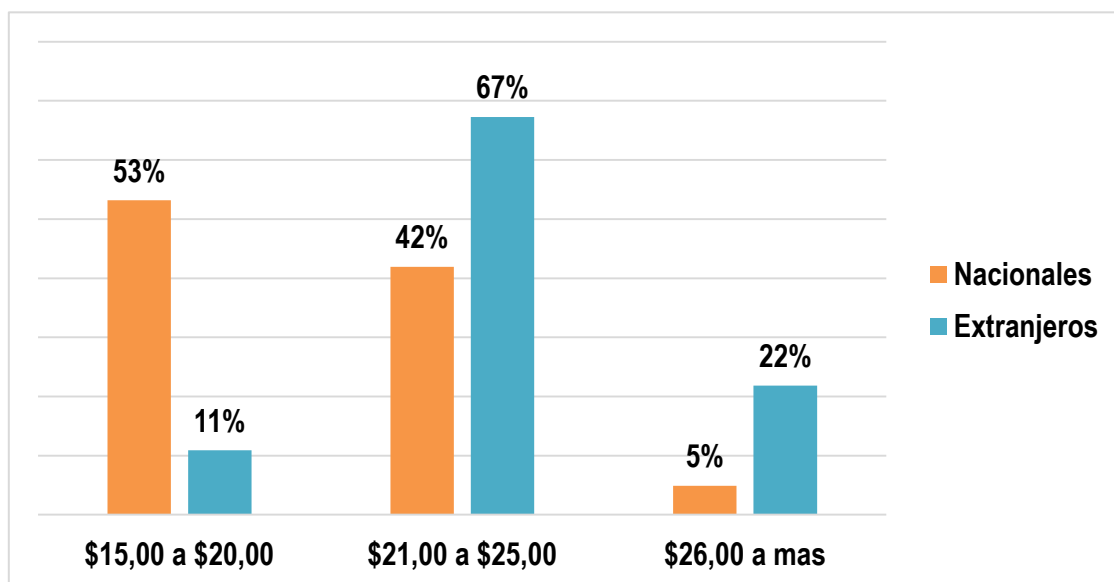
### PREGUNTA 13

**¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona?** (incluido desayuno y todas las actividades de recreación).

**Tabla 29** ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona? (incluido desayuno y todas las actividades de recreación).

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
\$15,00 a \$20,00	142	53%	12	11%
\$21,00 a \$25,00	112	42%	74	67%
\$26,00 a mas	13	5%	24	22%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



### Interpretación

De las 377 personas encuestadas, de 207 nacionales el 53% se encuentra dispuesto a pagar de \$15,00 a \$20,00, el 42% de \$21,00 a \$25,00 y el 5% de \$26,00 a más, sin embargo, de los 110 extranjeros el 67% pagarían de \$21,00 a \$25,00, el 22% \$26,00 a más y el 11% de \$15,00 a \$20,00 por las actividades antes mencionadas.

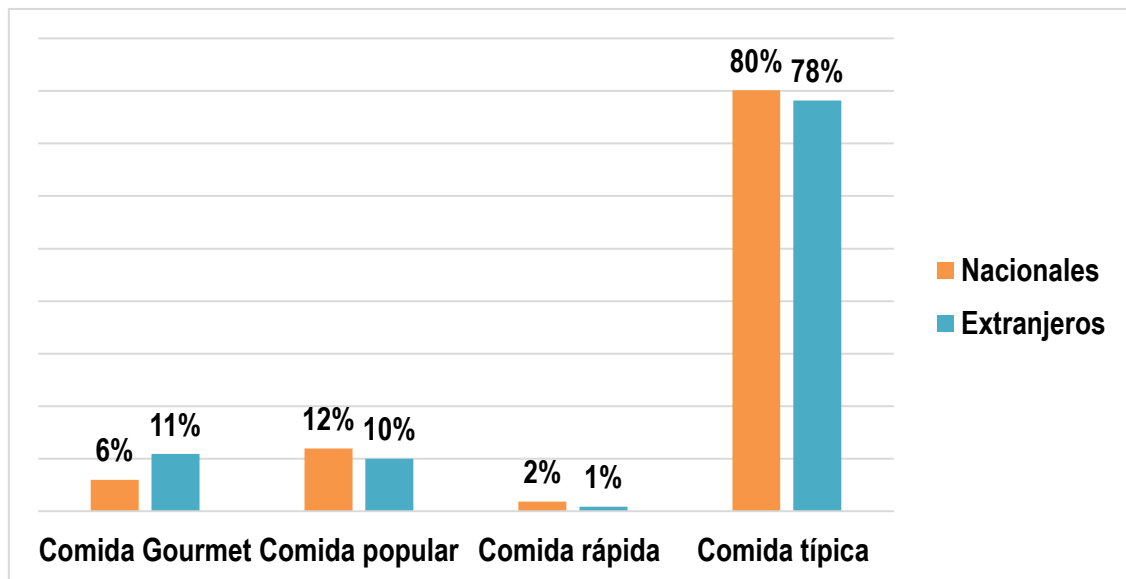
## PREGUNTA 14

### ¿Qué tipo de alimentos prefiere consumir?

**Tabla 30** ¿Qué tipo de alimentos prefiere consumir?

Opciones	Nacionales	%	Extranjeros	%
Comida Gourmet	16	6%	12	11%
Comida popular	32	12%	11	10%
Comida rápida	5	2%	1	1%
Comida típica	214	80%	86	78%
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras con base en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros.



### Interpretación

De los 377 encuestados, el 80% prefiere consumir comida típica, el 12% comida popular, el 6% comida gourmet, de turistas nacionales y de extranjeros prefieren el 78% comida típica, el 11% comida gourmet y el 10% comida popular.



### **1.3 Oferta**

Son los productos y servicios que ofrecen las empresas a un determinado precio, la oferta acoge las intenciones de venta que se presenta a los consumidores.

#### **1.3.1 Análisis del producto**

Se debe realizar la descripción exacta del producto a ser creado, además se detalla varios aspectos entre el dibujo o plano del mismo, ubicación, entre otros.

##### **1.3.1.1 Ubicación**

El terreno disponible se encuentra ubicado a cinco minutos antes del casco parroquial Simiatug de la provincia Bolívar, cantón Guaranda, estando situada en la entrada principal Ambato-Simiatug.

##### **Vías de acceso**

Según Google Maps, señala la distancia de las dos vías de acceso a Simiatug, las cuales son:

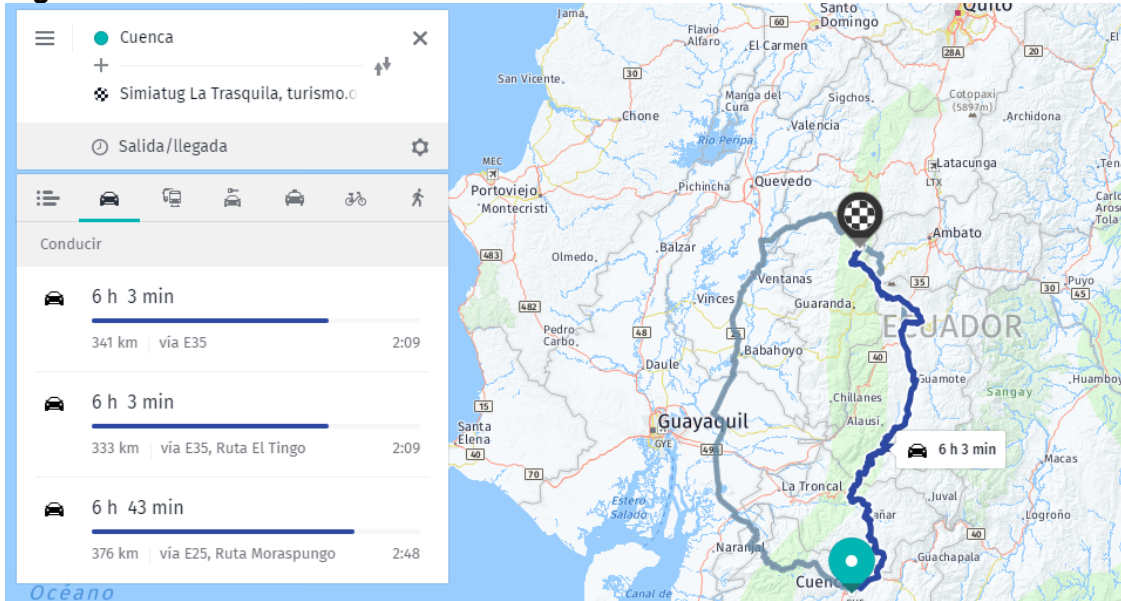
Ambato - Simiatug (hacia el norte) con una distancia de 71,4 km

- Tiempo: (1h)

Guaranda - Simiatug (hacia el sur) con una distancia de 55.5km

- Tiempo: (0h40min)

**Figura 2** Ubicación del terreno



**Nota:** Figura tomada en base al trayecto que se deberá realizar para llegar al terreno donde se implementará el establecimiento (wego.here, s.f.).

### 1.3.1.2 Atractivos turísticos

En el sector propuesto para realizar este tipo de establecimiento se encuentran varios lugares turísticos, a continuación, se detalla los lugares más visitados y nuevos para el disfrute de los mismos.

#### Wuarmi Roca (Roca basáltica).

**Figura 3** Wuarmi Roca



**Fuente:** (Maisanche, 2019).

Según Fabián Maisanche periodista del diario El Comercio, considera que en la parroquia Simiatug se desarrolla un nuevo atractivo turístico que se denomina la escalada a Wuarmi Roca, para visitantes nacionales y extranjeros, se encuentra ubicada a 45 minutos desde el centro parroquial de Simiatug, es una pared de 80 metros aproximadamente, la cual conlleva alrededor de 5 rutas para ser

escaladas, al ascender se puede observar parte de la cordillera de los andes, y la vista de todo el centro parroquial (2019).

### **Cocha Colorada:**

**Figura 4** Laguna de Cocha Colorada



**Fuente:** Propia

Llamada antiguamente galo coche, teñida de una especie silvestre de jacintos de color rojo, siendo a su tiempo un sitio de castigo; en la actualidad esta laguna cumple como función sagrada, el 6 de enero de cada año realizan rituales con una procesión, en este lugar coronan al rey que es el prioste para que tenga la capacidad de conducir a la comunidad.

### **Feria de Simiatug.**

**Figura 5** Feria de Simiatug de los miércoles.



**Fuente:** Propia

Esta feria fue creada a principios de los años 30, cada miércoles de la semana se dan cita todos los habitantes del lugar desde las primeras horas de la mañana hasta las tres de la tarde, además aquí se realiza el trueque de ciertos productos sea de la sierra o de la costa ecuatoriana, incluso se puede encontrar varios tipos de animales a la venta como borregos, chanchos, cabras, caballos, mulas, vacas, llamas entre otros.



## Festividades de Simiatug:

6 de Enero

Figura 6 Fiesta de reyes.



Fuente: Propia

La celebración comienza el 6 de enero con el día de reyes, donde participan todas las comunidades, esta festividad se realiza para agradecer a la pachamama<sup>1</sup> y al yakumama<sup>2</sup> debido a que en esta fecha comienza el invierno al caer las primeras gotas de lluvia donde da la señal que la tierra se vuelve fértil para comenzar a sembrar los distintos productos de la zona. Todos los años se desarrollan dicha festividad amenizada por 25 a 30 priostes aproximadamente distribuidos de todas las comunidades.

## Carnaval

Figura 7 Carnaval de Simiatug.



Fuente: Propia

En el mes de Febrero se festeja el carnaval, donde se adjunta un grupo de jóvenes carnavaleros, el taita y mama carnaval; a la hora del almuerzo se pela un borrego, papas, arroz, habas entre otros que brinda la comunidad, finalmente se realiza concurso de coplas donde todos participan sean niños, jóvenes o adultos.

---

<sup>1</sup> Madre tierra

<sup>2</sup> Agua

## San Antonio

**Figura 8** Festividades de San Antonio Simiatug.



**Fuente:** Propia

El 13 de Junio se celebra al patrono del pueblo San Antonio, estas festividades comienzan una semana antes de la fecha estipulada, en el que se elige a la reina de Simiatug y realizan corridas de toro, se contratan grupos musicales, por otra parte se efectúa un festival de la Canción nacional donde jóvenes y adultos de la zona y de diferentes lugares demuestran su talento, finalmente para culminar estas festividades se realizan números deportivos como partidos de indoor fútbol o de voleibol con apuestas donde la familia de la Reina y los organizadores de la fiesta brindan un canelazo<sup>3</sup> a todo el pueblo.

## Otras festividades

Entre otras festividades encontramos el 24 de mayo la fiesta en honor a Jesús del Gran Poder, 29 de junio fiestas en honor a San Pedro y San Pablo donde luego de la eucaristía salen en procesión por las calles de la parroquia seguido de la banda de pueblo y grupos de danza, agradeciendo por todo lo otorgado durante la cosecha, y en el mes de agosto se realizan las fiestas en honor a la Virgen del Socorro.

## El Tingo

**Figura 9** Comunidad del Tingo



**Fuente:** (Asociación de Turismo de Simiatug y al Pueblo de Tingo, 2010).

<sup>3</sup> Aguardiente con agua de canela.



Es una de las comunidades de la parroquia Simiatug, localizada a 8 km del centro parroquial, allí realizan turismo comunitario y ofrecen una ruta turística para personas nacionales y extranjeras. Según Hugo Ayme detalla que la ruta creada comienza desde la Virgen Pachakamak, siguiendo por las cascadas Kishuar, Yurapakcha, Runashayana<sup>4</sup> y Kuripakcha<sup>5</sup> (2013).

### 1.3.1.3 Descripción del producto

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer las necesidades o deseos.

#### Características del producto

La propuesta comprende un proyecto turístico importante para la zona debido a los servicios e instalaciones que propone, ya que en la actualidad Simiatug cuenta con un establecimiento de alojamiento registrado en el catastro municipal de Guaranda, que no cuenta con suficiente número de plazas para recibir a turistas que llegan por motivos de fiestas y demás; el proyecto aspira reflejar lo autóctono del lugar y lograr una sensación de cobijo con un ambiente agradable y cálido, además los huéspedes podrán disfrutar de las actividades de la zona como caminatas, cabalgatas, y demás.

#### Temática de la Hostería

El establecimiento tendrá como prioridad pregonar la cultura de la zona y sus rasgos ancestrales, por ello se considera la posibilidad de construir gran parte con adobe y con mano de obra de habitantes de la zona. Además, se rescatará la gastronomía del lugar con productos nativos y se buscará realizar actividades como demostración de danzas o bandas para que los turistas puedan disfrutar y conocer la parroquia.

---

<sup>4</sup> Descanso del hombre

<sup>5</sup> Chorrera de oro





### Perfil del cliente

La hostería estará direccionada a un público aventurero y amante de la naturaleza, que busca paisajes montañosos, e incluso conocer nuevas culturas y tradiciones; no suelen ser tan exquisitos en cuanto a comodidad y buscan algo más extremo o cultural.

### Instalaciones y servicios

De acuerdo a la recolección de información por medio de encuestas, se propone las siguientes actividades y servicios.

- **Cancha de fútbol**

Una extensa cancha totalmente adecuada para realizar encuentros entre equipos de 11 integrantes.

- **Cancha de vóley**

Se contará con dos canchas de vóley para el disfrute de todos quienes visiten la hostería.

- **Piscina**

Será para el regocijo de quienes quieran disfrutar con sus amigos o familiares.

- **Salón de eventos para show de baile y noches temáticas**

Un renovado salón de eventos con capacidad para 300 personas y parqueadero amplio son parte de los servicios que se plantea ofertar en la hostería. Se plantea realizar shows para todas las edades, en donde podrán disfrutar de una noche amena.

- **Alojamiento**

Se contará con 23 confortables habitaciones, distribuidas en dobles, matrimoniales, triples, cuádruples y múltiples de 6 personas.



La tarifa de alojamiento incluye:

- ❖ Alojamiento en cómodas habitaciones con baño privado
- ❖ Botella de agua
- ❖ Wifi en todas las instalaciones
- ❖ Amenities
- ❖ Toallas
- ❖ Calefacción
- ❖ TV en cada habitación
- ❖ Uso de la piscina y senderos

- **Caminatas**

El turista podrá disfrutar avistando aves dentro de un entorno rodeado por cascada, río, montañas y senderos. Una ruta turística trazada que podrá realizarla en familia o amigos.

- **Cabalgatas**

Se realizarán convenios con la comunidad para que puedan ofrecer sus servicios de cabalgata a los huéspedes de la hostería, los cuales podrán recorrer la propiedad, sus caminos antiguos hechos por los habitantes de la zona. Incluso podrán visitar cuevas antiguas en las que se escondían zorros y lobos, realizar una visita a una pequeña cascada natural y a un mirador natural en donde se puede observar la parroquia de Simiatug.

- **Camping**

Como un servicio adicional, se pretende ofertar alojamiento en tiendas de campaña, rodeado de árboles de pino y plantas medicinales. Al hospedarse en una de ellas tiene libre acceso a la piscina de la hostería y las demás instalaciones como las canchas de vóley y fútbol.

### 1.3.2 Productos sustitutos o competidores

Son productos ofertados con similares características o servicios, para brindar atención a clientes potenciales, o en otras palabras es la competencia que tendrá la misma.

#### 1.3.2.1 Análisis de la competencia

Se establece quienes son los competidores, cuántos son y sus ventajas competitivas. A continuación, detallaremos dos establecimientos de alojamiento que están en funcionamiento, sin embargo, uno de ellos no está registrado en el catastro.

**Alojamiento "BOTIQUÍN SIMIATUG":** Es el establecimiento de alojamiento más antiguo de Simiatug, el cual no está registrado en el catastro municipal de Guaranda, está ubicado en el casco parroquial, en la calle Ignacio de Veintimilla y Gonzales Suarez. Cuenta con 8 habitaciones, 3 de ellas con un baño compartido. El precio de alojamiento por persona es de \$10.00 la noche sin distinción de habitación.

**Figura 10** Hotel Botiquín



**Fuente:** Propia

**HOTEL LA TRASQUILA:** Es un establecimiento nuevo, ubicado en el casco parroquial entre las calles Echeandía y Mateo Grosso. Cuenta con 11 habitaciones, baño privado cada una y su tarifa por persona es de \$20.00 la noche sin distinción de habitación, siendo su capacidad máxima por día de 30 personas.

**Figura 11** Hotel La Trasquila



**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 31** Matriz de la planta turística de Simiatug

Categoría	Tipo	Nombre	Dirección
Esparcimiento	Venta de bebidas alcohólicas	"Cantina San Jorge".	Recinto Talahua
	Cantina	"Comercial Asas".	Recinto Talahua
	Venta de artesanías	"Simiatug Samai Artesanías".	Calle Matto Grosso
	Cantina	Venta X Men.	Calle González Suarez
	Venta de bebidas alcohólicas	"Cantina María Del Carmen".	Calle Juan Montalvo
	Cantina	"Don Gato".	Barrio Arturo Yumbay
	Cantina	Venta de bebidas alcohólicas en cantinas	Calle González Suarez S/N y Calle Ángel Polibio Chávez
	Billares	La Hueca San Migueleña.	Calle Veintimilla S/N y Calle Matto Grosso
Alimentación	Restaurante	"Doña Olguita".	Calle Juan Montalvo
	Restaurante	"Boca de Lobo"	Calle Matto Grosso
	Picantería	Venta de comidas y bebidas en picanterías	Calle González Suarez
	Comida Rápida	"Tres Esquinas"	Simiatug S/N y Barrio La Moya
Alojamiento	No hay registros		
Transporte	Servicio de transporte	Servicio de transporte	Servicio de transporte
	Servicio de transporte	Servicio de transporte	Servicio de transporte
	Servicio de transporte mixto en compañías	Servicio de transporte mixto en compañías	Servicio de transporte mixto en compañías

**Nota:** Información obtenida de Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda, (2019). Recuperado el 03 de junio de 2019



## **1.4 Distribución**

Es el conjunto de actividades que se puede hacer para que el producto o servicio esté disponible para el consumidor.

### **1.4.1 Canales de distribución**

“Es el conjunto de organizaciones independientes que participan el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial” (Velazquez, 2012, pág. 45).

Se podrá realizar Alianzas estratégicas con agencias de viajes nacionales, las cuales revisarán las instalaciones y calidad de servicio, para lograr promocionarlo y a cambio la agencia recibirá una comisión por el número de turistas que lleguen a la hostería.

Se podría asociar con empresas de alojamiento de la misma categoría alrededor del país, para promoción o recomendación mutua.

Además, podría llegar a ser auspiciante de festividades de la zona y promocionarse en ferias de emprendimiento, y eventos realizados por la empresa, logrando obtener contactos con clientes potenciales.

Elaboración de una página web, con información actualizada y diseñada para que posibles clientes alrededor del mundo tengan conexión absoluta sobre los privilegios que obtendrán al hospedarse en la hostería, además de las diferentes tarifas para cada una de las habitaciones y actividades que se ofrecerán.

## **1.5 Promoción**

Es una herramienta que se utiliza para informar, y dar a conocer el producto ofertado, mediante la realización de publicidad por varios, medios de comunicación e internet, brindando una veracidad del mismo.

### **1.5.1 Herramientas promocionales**

#### **1.5.1.1 Publicidad**

La hostería podrá ofrecer publicidad pagada y publicidad sin costo de distribución.

## Publicidad pagada.

La hostería podría realizar una campaña de apertura de un nuevo centro de alojamiento, invitando a personas, empresas y organizaciones vinculadas al área de turismo, en el que se detallará las distintas actividades de recreación de la hostería, y así comunicar varios aspectos importantes como la misión, visión, ubicación, precios entre otros.

Se propone además alianzas estratégicas con diferentes tour operadores, como: Gira Tours, Cubillines Tour, Curiquingue Tour, Travelers Expeditions, Travel Agent, Ecu Gringo Travel, y Lobos Tour.

Otra manera de publicitar a la hostería podría ser mediante diarios tanto nacionales como locales, internet, vallas publicitarias y televisión.

## Diarios

La hostería puede promocionar de manera semanal, mensual, bimestral, semestral o anual. A continuación, se observará el tarifario que da a conocer Diario El Mercurio, de las cuales se recomienda escoger en páginas especiales en orden de compra de \$35,43, debido a que esta área es donde más se publicita lugares de turismo y ocio.

**Figura 12** Tarifario de El Mercurio

TARIFAS PUBLICITARIAS A PARTIR DEL 1 DE ENERO 2015						
	INTERIOR	SECCION A	SECCION B o C	PRIMERA PAGINA	PRIMERA PAGINA	ULTIMAS
	INDETERMINADA	DETERMINADA	DETERMINADA	SECCION B o C	SECCION A	PAGINAS
ANUNCIOS COMERCIALES	Ord. \$ 18,90	Ord. \$ 28,99	Ord. \$ 26,44	Ord. \$ 30,80	Ord. \$ 92,45	Ord. \$ 31,71
	Fest. \$ 22,05	Fest. \$ 34,76	Fest. \$ 31,71	Fest. \$ 36,99	Fest. \$ 110,94	Fest. \$ 38,06
PAGINAS ESPECIALES (3A-SOCIAL)		Ord. \$ 31,63	Ord. \$ 27,76			
		Fest. \$ 37,90	Fest. \$ 33,30			
AVISOS NO COMERCIALES Invitaciones, Notificaciones, Agradecimientos, Felicitaciones, Comunicados	Ord. \$ 21,00	Ord. \$ 34,94	Ord. \$ 29,12	Ord. \$ 35,92		Ord. \$ 38,26
	Fest. \$ 26,61	Fest. \$ 49,40	Fest. \$ 34,94	Fest. \$ 51,43		Fest. \$ 52,96
Balances, Extractos de la Cía.	\$ 19,00					
REMITIDOS E INTERESES GENERALES, POLITICOS	Ord. \$ 35,54	Ord. \$ 50,37	Ord. \$ 40,39	Ord. \$ 51,88		Ord. \$ 53,43
	Fest. \$ 42,66	Fest. \$ 60,51	Fest. \$ 48,47	Fest. \$ 62,32		Fest. \$ 64,19
CONVOCATORIA	Ord. \$ 31,82	Ord. \$ 44,54	Ord. \$ 35,95	Ord. \$ 45,87		Ord. \$ 47,24
	Fest. \$ 38,19	Fest. \$ 53,84	Fest. \$ 43,15	Fest. \$ 55,45		Fest. \$ 57,11
CABEZOTE PORTADA				Ord. \$ 39,27	Ord. \$ 72,93	
				Fest. \$ 44,88	Fest. \$ 78,54	
ALTO IMPACTO		Ord. \$ 36,30	Ord. \$ 33,86	Ord. \$ 39,74		Ord. \$ 42,44
		Fest. \$ 42,68	Fest. \$ 39,92	Fest. \$ 45,80		Fest. \$ 47,63

**Nota:** Precios de espacios publicitarios del periódico El Mercurio, estas tarifas no incluyen IVA (El Mercurio, s.f.).





## Internet

La hostería se podría dar a conocer mediante OTAs<sup>6</sup> como; Booking, Tripadvisor, además de Facebook y de la página web de la misma a continuación se detalla cada una de ellas.

## Booking

La hostería podría registrarse en la página de Booking gratuitamente, brindando los datos del mismo e incluirá fotos del establecimiento, donde después de revisar toda la información entregada Booking, enviará un email con los pasos que deberá seguir para que el establecimiento aparezca en su página.

Además, ellos cobrarán el 12% de comisión por habitación reservada por noche; a continuación, se detalla un ejemplo.

**Tabla 32** Ejemplo de costo de habitación en Booking y comisión cobrada

<b>Costo de Habitación</b>	
Precio por noche	\$100,00
Precio que los clientes pagan por noche	\$100,00
La comisión está incluida en el precio que pagan los clientes	\$12,00
Cuánto ganas por noche	\$88,00
Ingresos potenciales al mes	\$1584,00

**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomado de (Booking.com, 2019).

Los beneficios que se pueden otorgar en la página al pagar la comisión antes mencionada son:

- Una fuerte presencia online
- Herramientas y funcionalidades innovadoras
- Confirmación inmediata
- Comentarios de clientes reales
- Asistencia 24 horas, todos los días.

---

<sup>6</sup> Online Travel Agencies (Agencias de viaje en línea)



## **Tripadvisor**

La hostería para registrarse deberá completar un formulario donde detalla el nombre del establecimiento, correo electrónico y ubicación. Además, según Tripadvisor el establecimiento deberá proporcionar la siguiente información:

- Número total de habitaciones
- Rango de precios
- Requisitos mínimos de estadía
- Si tiene personal y seguridad en el lugar
- Si la limpieza de la habitación está incluida
- Detalles de personal de recepción
- Si los baños son en suite (2016).

Sin embargo, se podrá colocar información de servicios adicionales que incluyen en el alojamiento por ejemplo “si ofrece desayuno de cortesía, piscina, gimnasio, acceso a Internet, etc. Estos detalles se agregarán a la porción de "Servicios" de su listado y ayudará a los viajeros a investigar qué pueden esperar en su alojamiento” (Tripadvisor, 2016).

## **Facebook**

La hostería podría crear una página oficial en Facebook, donde se puede realizar publicidad semanal, quincenal o cada 28 días, el precio variará entre \$35,00, \$50,00, \$75,00 y \$100,00 mediante el alcance que se desea llegar.

De acuerdo con los resultados de las encuestas, se puede considerar una segmentación de 18 años de edad hasta 65 años y más, con un alcance de 633 a 3954 personas al día a nivel nacional, de tal manera durante los 28 días se estima llegar a publicitar la hostería a más de 6.300,00 personas en total, por un costo diario de \$3,57.

## **Vallas Publicitarias**

Se podría publicitar mediante Señal X, una empresa cuencana que cuenta con vallas publicitarias a nivel nacional como: Cuenca, Manta, Azogues, Machala, Loja, Durán Guayaquil, Ambato y Portoviejo. Además, cuenta con una pantalla led ubicada en el aeropuerto de Cuenca, ver cotización en (anexo 7)





**Tabla 33** Tarifas de Señal X en vallas publicitarias.

Tiempo de alquiler	A	Tiempo de alquiler	A
1 mes	\$ 1,600	5 meses	\$ 4,600
2 meses	\$ 2,500	6 meses	\$ 4,900
3 meses	\$ 3,100	9 meses	\$ 6,200
4 meses	\$ 4,100	12 meses	\$ 7,500

**Nota:** Cotización enviada de la asistente de gerencia (Ulloa, 2019).

### TV7 Guaranda

Es un medio de comunicación que también tiene apertura en redes sociales como Facebook, ofrecen paquetes publicitarios como:

Un video de 30 a 40 segundos, este será transmitido en su canal online, y en los comerciales de los programas que realizan como Somos Bolívar, Perfiles, La Noche y Noticias 7; además el video podrá compartirse en redes sociales de negocios, institución entre otros con un alcance de 100000 seguidores, la promoción del video se realizará al contratar mínimo 3 meses en adelante, sin embargo, luego del tiempo estimado se realizará un nuevo video para refrescar la imagen del establecimiento.

Por otra parte, ofrece entrevistas a los dueños del negocio, en los programas transmitidos semanalmente, el valor mensual del lanzamiento es de \$70,00 más IVA, ver cotización en (anexo 8)

### Cámara de Turismo de Bolívar

La hostería podrá darse a conocer mediante este medio, al entregar afiches en la oficina de la Cámara de Turismo, ayudan a tener mayor acogida, e incluso el establecimiento puede ser invitado a promocionarse en diferentes eventos que realizan periódicamente, el costo del servicio es de \$10,00 mensuales.

### Publicidad sin costo de distribución

Además, se dará a conocer mediante organizaciones gubernamentales como el Ministerio de Turismo, itur<sup>7</sup> y demás organizaciones que apoyan y realzan los sitios turísticos y su planta turística.

---

<sup>7</sup> Información turística

### 1.5.1.2 Promoción de ventas

Según Henryk Salén considera que la promoción de ventas trata de que el producto o servicio resulte más atrayente, por lo tanto la clave para distinguir con otros factores de comercialización es el concepto de “incentivo extra” es decir añadir un plus temporal ofreciendo unas ventajas específicas a los compradores interesados en función de un objetivo preciso y medible (1999, pág. 4).

**Tabla 34** Matriz de promociones de ventas

Convenios	N°. Huéspedes recomendados	Incentivo
Grupos	15	Paquete de dos noches para dos personas en temporada baja (excepto alimentación).
Agencias de viajes	15	Paquete de dos noches para dos personas en temporada baja (incluye alojamiento, desayunos y uso de instalaciones).
Establecimiento de alojamiento	4	Entrada gratuita a instalaciones, excepto hospedaje y alimentación.
	6	Cena sugerencia del Chef para 2 personas.
Empresas	4	Entrada gratuita a instalaciones, excepto hospedaje y alimentación.
Cooperativas de transporte	6	Cena sugerencia del Chef para 2 personas.
Influencers	1	Paquete completo para 1 persona, 3 noches, incluye: Hospedaje, alimentación (3 comidas al día) y todas las instalaciones que ofrece la hostería.

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

### 1.5.1.3 Relaciones públicas

Un establecimiento ligado al turismo crea alianzas estratégicas, generalmente entre grandes compañías, como líneas aéreas, compañías hoteleras; empresas que dan respaldo a la institución a ser promocionada.

Relaciones públicas consiste en apoyar eventos o actividades culturales, deportivas, seminarios, congresos, conferencias, labores sociales, obras de caridad, proyectos de ayuda social, etc.

Se propone implementar lo siguiente:

- Organizar eventos, charlas en el establecimiento que permita hacer nuevos contactos y transmitir el mensaje y reforzar la marca.



- Participar en ferias, teniendo en cuenta el adecuado stand, folletos, todo lo que pueda comunicar sobre la hostería.
- Participar en encuentros, networking; definiendo todos los servicios que ofrece el establecimiento.
- Al momento de disponer de capital, poder patrocinar o auspiciar actividades deportivas, culturales, sociales, eventos de caridad, espacios de medios de comunicación y demás; para lograr estrechar lazos con los habitantes de la parroquia.
- Aliarse con asociaciones profesionales de la provincia y agrupaciones que apoyan al turismo y la economía de la zona.
- Tratar con medios de comunicación y publicitar los servicios e instalaciones que ofrece la hostería.

Además, como iniciativa se propone la siguiente actividad:

- Iniciativa verde

Concientizar a propios y turistas sobre el cuidado del medio ambiente, con excursiones vigiladas y controladas, todo debidamente señalado; además, de plantación de árboles, creando un bosque de pinos y yaguales en la propiedad para que todos puedan disfrutar de un ambiente libre de contaminación.

**1.6 Análisis FODA****Tabla 35** Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Terreno propio con activos físicos valiosos.</li><li>2. Administrador en la propiedad.</li><li>3. Lazos comerciales con productoras y distribuidoras para la construcción y operación de la hostería.</li><li>4. Página de Facebook e Instagram de la propiedad.</li><li>5. Excelente ubicación</li><li>6. Servicios básicos disponibles (agua y luz)</li><li>7. Recursos naturales para la construcción.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. No existen emprendimientos similares en la zona.</li><li>2. Contar con una diversidad de paisajes naturales.</li><li>3. La vía Ambato-Simiatug atraviesa la propiedad.</li><li>4. Espacio geográfico adecuado para la creación de un centro de alojamiento.</li><li>5. Índice de seguridad alto en la parroquia.</li><li>6. Necesidad de los habitantes del sector, en hacer uso de su tiempo libre en actividades de recreación.</li><li>7. Existencia de Asociaciones que atraen turistas.</li><li>8. Mercado de turistas extranjeros y nacionales debido a la Comunidad Salesiana y al Turismo Comunitario de Salinas.</li></ol>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Capital limitado para invertir en la creación de un nuevo establecimiento.</li><li>2. Inversión significativa para la construcción del establecimiento.</li><li>3. Necesidad de adaptar nuevas tecnologías.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Establecimientos de alojamiento informales en el sector</li><li>2. Poca mano de obra calificada en turismo y hotelería</li><li>3. Escasas ordenanzas relacionadas al turismo y hotelería</li><li>4. Infraestructura del entorno (carretera no asfaltada)</li><li>5. Falta de Iluminación en la vía de acceso al establecimiento.</li><li>6. Falta de alcantarillado en el sector donde se considera construir la hostería.</li></ol>

**Nota:** Elaboración propia con base a la necesidad de realizar el análisis FODA y hacer frente a situaciones estratégicas del proyecto “Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar”



Tabla 36 FODA cruzado

<div style="text-align: center;"> <b>FACTORES INTERNOS</b>  <b>FACTORES EXTERNOS</b> </div>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Terreno propio con activos físicos valiosos. 2. Administrador en la propiedad. 3. Lazos comerciales con productoras y distribuidoras para la construcción y operación de la hostería. 4. Página de Facebook e Instagram de la propiedad. 5. Excelente ubicación 6. Servicios básicos disponibles (agua y luz) 7. Recursos naturales para la construcción.	1. Capital limitado para invertir en la creación de un nuevo establecimiento. 2. Inversión significativa para la construcción del establecimiento. 3. Necesidad de adaptar nuevas tecnologías.
OPORTUNIDADES	FO	DO
1. No existen emprendimientos similares en la zona. 2. Contar con una diversidad de paisajes naturales. 3. La vía Ambato-Simiatug atraviesa la propiedad. 4. Espacio geográfico adecuado para la creación de un centro de alojamiento. 5. Índice de seguridad alto en la parroquia. 6. Necesidad de los habitantes del sector, en hacer uso de su tiempo libre en actividades de recreación. 7. Existencia de Asociaciones que atraen turistas. 8. Mercado de turistas extranjeros y nacionales debido a la Comunidad Salesiana y al Turismo Comunitario de Salinas.	<b>O1, O2, F1, F4, F7.</b> Aprovechar los recursos naturales para crear una temática relacionada a la zona y promocionarla por medio de las redes sociales existentes de la propiedad. Promocionar los paisajes naturales de la parroquia y vincularlo con el proyecto para atraer turistas. <b>O5, O6, O7, O8, F5</b> Crear vínculos con operadores turísticos de la zona, y el turismo comunitario de la parroquia Salinas para formar rutas que incluyan a la parroquia, a las asociaciones existentes y por ende a la hostería. Ofrecer productos de calidad como las artesanías, quesos, hospedaje para incentivar la llegada de turistas. Afirmando seguridad, organizando eventos frecuentes junto con la planta turística y habitantes de la zona para obtener una mayor afluencia de visitantes y lograr que quienes recorran Salinas decidan prolongar su visita por Simiatug. <b>O4, F2, F3, F6</b> Será el único establecimiento que asegure el consumo del agua debido a que la propiedad tiene concesionado los ojos de agua y en el pueblo existe aún escasez, además tiene la ventaja de que por la propiedad cruza la principal carretera de Ambato - Simiatug. Se cuenta con una	<b>D1, D2, O1, O2, O3, O4</b> Para el emprendimiento se necesita de una inversión significativa, también al poseer con un capital limitado; se considera que en el lugar no existen proyectos similares, además, donde se construirá cuenta con un espacio geográfico adecuado, una diversidad de paisajes, y la vía Ambato - Simiatug atraviesa la misma, esto ayudará para que la inversión sea recuperada en un corto plazo. <b>D3, O5, O6, O7, O8</b> La necesidad de adaptar nuevas tecnologías en el establecimiento, se considera que al contar un índice de seguridad alto en el lugar, se podría brindar un mejor servicio a turistas y habitantes que llegan a conocer Simiatug ya sea por la existencia de asociaciones, comunidad salesiana o al turismo comunitario que realizan.



	persona capacitada en construcción que administra la propiedad, para lograr así crear una temática única en las instalaciones con materiales a cómodos precios debido a los lazos comerciales que tienen los interesados en el proyecto con proveedores.	
AMENAZAS	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecimientos de alojamientos informales en el sector</li> <li>2. Poca mano de obra calificada en turismo y hotelería</li> <li>3. Escasas ordenanzas relacionadas al turismo y hotelería</li> <li>4. Infraestructura del entorno (carretera no asfaltada)</li> <li>5. Falta de Iluminación en la vía de acceso al establecimiento.</li> <li>6. Falta de alcantarillado en el sector donde se considera construir la hostería.</li> </ol>	<p><b>A1, A2, A3, A5, A6, F2, F4</b>  Incentivar a que existan y controlen ordenanzas para la informalidad de alojamientos en Simiatug, además de cursos de capacitación para los habitantes que estén interesados en la cultura turística, participando por medio de la junta parroquial. Publicitar la parroquia por medio del ministerio de turismo y redes sociales para dar a conocer los paisajes que posee la propiedad y la parroquia en sí, y lograr que las autoridades den prioridad en cuanto a iluminación y alcantarillado en varias zonas de la parroquia.</p> <p><b>A4, F1, F3, F6, F7</b>  Obtener descuentos para la construcción de la hostería por medio de lazos comerciales con proveedores nacionales, y poder mejorar los activos físicos que ya dispone la propiedad, además de dar uso a los recursos naturales y los servicios básicos que están disponibles, y llegar a ser un establecimiento competitivo. Al contar con panoramas y recursos que ayuden a caminatas y demás actividades, la carretera asfaltada no es prioridad para la hostería, ya que afectaría a los paisajes.</p>	<p><b>D1, D2, A4, A5, A6</b>  Al recuperar la inversión y el capital poco a poco, también se obtendrá ganancias, y para evitar la falta de iluminación, alcantarillado y carretera asfaltada, se podría acudir al GAD parroquial para solicitar, la colocación del alcantarillado y proponer que la vía sea asfaltada; además acudir a la empresa eléctrica para que se coloque iluminación en el área del terreno.</p> <p><b>D3, A1, A2, A3</b>  Al contratar personal capacitado para adaptar nuevas tecnologías, se podría otorgar un servicio con valor agregado y evitar que los establecimientos informales existentes puedan funcionar de igual manera, además de conocer que existe poca mano de obra calificada en turismo y hotelería, y escasas ordenanzas relacionadas al mismo, se podría acudir al GAD parroquial para sugerir actualizar sus ordenanzas e implementar las mismas para la apertura de un establecimiento.</p>

**Nota:** Elaboración propia con base a la necesidad de realizar el FODA cruzado e identificar las acciones estratégicas del proyecto “Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar”

## **CAPÍTULO 2**

### **PROPUESTA TÉCNICA Y ORGANIZACIONAL**

La propuesta técnica define las características de lo que se necesitará para llevar a cabo el proyecto, además determina el capital, mano de obra para la ejecución, y la localización de las instalaciones; mientras que la propuesta organizacional es el ambiente donde se desarrollará el proyecto.

#### **2.1 Tipo de sociedad legal y trámites legales**

##### **2.1.1 Registro Único de Contribuyentes**

Es el número de identificación que se asigna a personas naturales y sociedades que realicen actividades económicas dentro del territorio nacional, por los cuales deben pagar impuestos.

#### **Tipos de contribuyentes**

##### **Personas naturales**

El representante legal estará bajo la personería jurídica de persona natural que puede o no estar obligada a llevar contabilidad, cuya principal actividad es la operación de servicios hoteleros, guiado en la constitución que estipula lo siguiente:

- Contribuyentes obligados a llevar contabilidad.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas (Constitución de la República, 2015).

- Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos

Las personas naturales que realicen actividades económicas, que manejen un capital, adquieran ingresos y generen gastos inferiores a lo detallado en contribuyentes obligados a llevar contabilidad, llevarán la cuenta de ingresos y egresos y deberá estar respaldada por comprobantes de venta y demás documentos pertinentes por siete años.

Según el Servicio de rentas internas detalla que las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC, emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Declarar significa notificar al SRI sus ingresos y egresos y así establecer el impuesto a pagar (s.f.).

### 2.1.2 Permisos:

**Tabla 37** Matriz de requisitos para operaciones turísticas y obtención de la licencia de funcionamiento

Requisitos	
1	Inspección del establecimiento de parte del personal de esta oficina
2	Copia de la cédula de ciudadanía, papeleta de votación actualizada a colores
3	Certificado del registro conferido por el Ministerio de Turismo
4	Copia del pago del uno por mil al Mintur, del año en curso.
5	Patente municipal actualizada
6	Copia del Ruc
7	Copia del Uso de Suelos emitida por la Dirección de Planificación Municipal
8	Lista de precios de lo que expende en el local, en caso de ser de alojamiento: cobro por habitación en temporada normal y alta.
9	En una hoja de papel bond, planta turística dependiendo de la actividad, correo electrónico, teléfono, dirección, días y horario de atención, número de empleados (hombre y mujer)
10	Una carpeta color amarillo
11	Pago de la tasa por concepto de la LUAF en la tesorería Municipal

**Nota:** Información obtenida del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guaranda, departamento de turismo, (2019). Recuperado el 22 de marzo de 2019



**Tabla 38** Matriz de Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento

<b>Permisos</b>	<b>A quien se debe pagar y/o cumplir obligación</b>	<b>Frecuencia de pago</b>
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez
Licencia Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual
Patente	Municipio	Anual
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual

**Nota:** Información obtenida de la Federación Hotelera del Ecuador - AHOTEC, (2009). Recuperado el 22 de marzo de 2019.

## **2.2 Estudio organizacional**

Determina la planeación estratégica del proyecto, descripción y organigrama del personal, e incluso toda la información de la misma.

### **2.2.1 Descripción de la hostería**

La hostería a más de ofrecer alojamiento, buscará lograr una contribución cultural a sus huéspedes, enriqueciéndoles con una extraordinaria cultura ancestral e inspirándoles a conocer nuevos paisajes e historias ancestrales.

El establecimiento contará con 23 habitaciones, de las cuales serán distribuidas en matrimoniales, dobles, triples, cuádruples y múltiples, con baño privado cada una, además podrán disfrutar de la historia, aire puro y naturaleza que lo rodea.

### **2.2.2 Misión y visión**

#### **Misión**

Ofrecer y brindar la excelencia en el servicio, creando experiencias agradables y únicas junto con nuestros colaboradores, brindando la mejor calidad y acogida de los servicios e instalaciones para así obtener la fidelización de nuestros clientes, además de involucrarlos con las tradiciones y cultura de la localidad, trabajando siempre en beneficio de la sociedad.



## **Visión**

Convertirse en una hostería de prestigio a nivel nacional e internacional, participando en el desarrollo económico y social local, logrando fomentar el desarrollo turístico de la zona, y proyectando una imagen de confianza y excelencia ofreciendo servicios de calidad y personalizados que permita el bienestar y confianza de nuestros clientes.

### **2.2.3 Valores de la hostería**

#### **Calidad**

Mejoramiento continuo de todos los procesos del servicio, adaptándose a las necesidades para lograr la satisfacción del cliente y la productividad laboral.

#### **Actitud positiva**

Promover la satisfacción del cliente interno, que transmitan a los huéspedes su optimismo y colaboración, recibirlos con una sonrisa y amabilidad en todo momento

#### **Excelencia**

Brindar un equipo de colaboradores que trabaje con profesionalismo, agilidad y eficiencia.

#### **Confianza**

Forjar un vínculo de confianza con los clientes, superando sus expectativas y fidelizándolos.

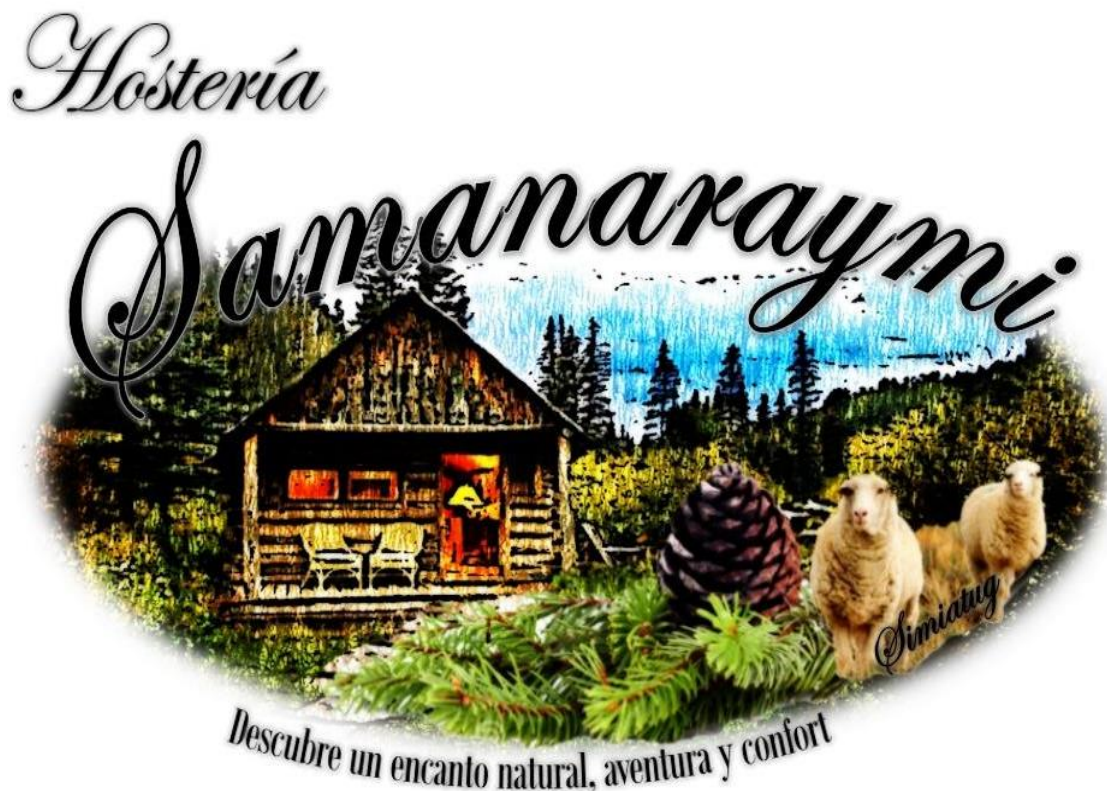
#### **Compromiso**

Ofrecer a nuestros clientes y colaboradores las únicas y mejores experiencias en la hostería, además de transmitir principios éticos y de responsabilidad social y en el cuidado del medio ambiente.

## 2.2.4 Logotipo y slogan de la empresa

**Logotipo de la hostería:** Se identifica con la construcción tradicional de la zona utilizando materiales como adobe y madera que son recursos naturales del lugar. El nombre de la hostería “Samana” significa descansar y “Raymi” festividad, el establecimiento Samanaraymi será una mezcla de confort, comodidad y llena de alegría con actividades para el disfrute de familias y amigos.

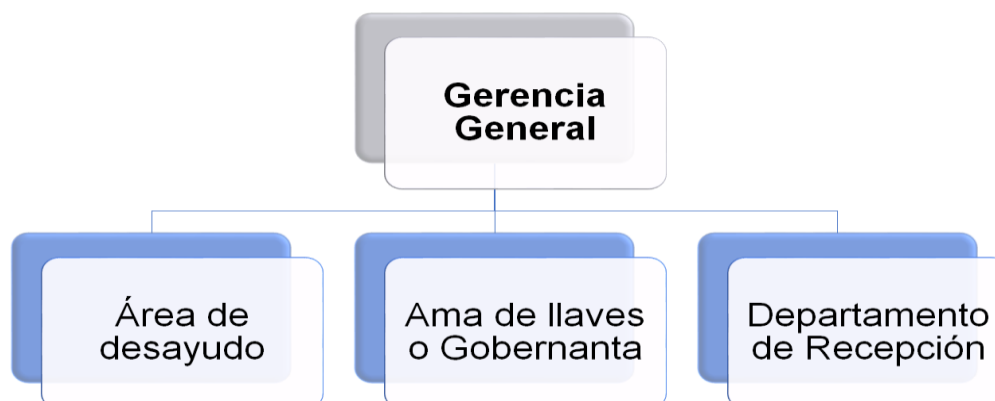
**Figura 13** Logotipo de la hostería



**Nota:** Elaboración propia de las autoras

## 2.2.5 Estructura organizacional de la empresa

**Ilustración 2** Organigrama estructural de departamentos de la hostería



**Nota:** Elaboración propia de las autoras en base a las necesidades que tiene el establecimiento.

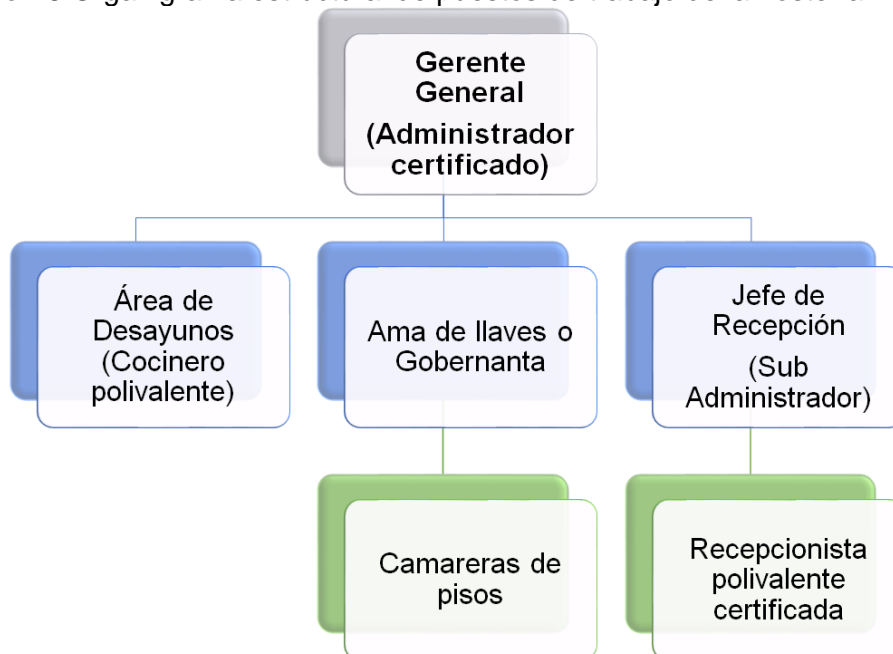
**Tabla 39** Matriz de los diferentes departamentos de la hostería

Departamentos	Responsable	Funciones
Gerencia General	Gerente general	Responsable de toda la operación del hotel Mantener una relación fluida con los clientes Manejar eficientemente equipos de trabajo Negociación con proveedores, control de presupuesto Implementar políticas ambientales, sociales y corporativas de la empresa
Área de desayuno	Cocinero polivalente	Responsable de vigilar el buen funcionamiento de la cocina. Responsable de la gestión del desayuno de los huéspedes y comida del personal.
Departamento de Ama de llaves	Ama de llaves	Responsable de vigilar el buen funcionamiento de las camareras y responder a su jefe inmediato que es el gerente general. Encargados de mantener en excelentes condiciones higiénicas el hotel.
Departamento de recepción	Jefe de Recepción	Responsable de vigilar el buen funcionamiento del recepcionista polivalente, auditor nocturno y botones; y responder a su jefe inmediato que es el gerente general. Encargados de la acogida del huésped, desde el momento que ingresan al hotel hasta que realizan su salida.

**Nota:** Elaboración propia de las autoras en base a las necesidades que presenta el establecimiento.

## 2.2.6 Organigrama de la empresa

**Ilustración 3** Organigrama estructural de puestos de trabajo de la hostería



**Nota:** Elaboración propia de las autoras en base a las necesidades que tiene el establecimiento.

## 2.2.7 Manual de funciones

El manual de funciones de la hostería Samanaraymi se realizó en base a las necesidades de la misma.

A continuación, se describe cada función:

- Nombre del cargo
- Supervisado por.
- Jefe inmediato.
- Personas que tendrá a cargo.
- Descripción básica del cargo.
- Requisitos del cargo.
- Perfil de conocimientos, título y experiencia laboral.
- Funciones específicas del cargo.

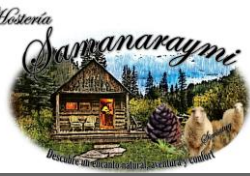
## MANUAL DE FUNCIONES HOSTERÍA SAMANARAYMI

**Tabla 40** Funciones del Gerente General.

	<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente General (Administrador de empresas de Alojamiento)
<b>Supervisado por</b>	Ninguno
<b>Jefe inmediato</b>	Ninguno
<b>N° personas a cargo</b>	1
<b>Descripción básica del puesto</b>	Planificar objetivos y estrategias Establecer estrategias y acciones de mercadeo Alcanzar objetivos esperados. Liderar el equipo de trabajo.
<b>Especificaciones y requisitos del puesto</b>	
<b>Perfil de conocimientos</b>	Procesos y procedimientos administrativos y contables. Técnicas de definición de precios, productos y servicios. Técnica de Liderazgo y jefatura. Técnicas de mercadeo (marketing).
<b>Título</b>	Administrador de empresas Hoteleras o Licenciado en Hotelería
<b>Experiencia</b>	1 año mínimo
<b>Funciones específicas del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar objetivos y estrategias.</li> <li>✓ Establecer estrategias y acciones de mercadeo.</li> <li>✓ Analizar y evaluar resultados para proponer acciones.</li> <li>✓ Alcanzar objetivos esperados.</li> <li>✓ Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento.</li> <li>✓ Asegurar la satisfacción del cliente.</li> <li>✓ Liderar el equipo humano del trabajo.</li> </ul>	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomando como base de información del servicio ecuatoriano de normalización (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008).


**Tabla 41** Funciones del Cocinero polivalente

	<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Cocinero polivalente
<b>Supervisado por</b>	Gerente General (Administrador de empresas de Alojamiento)
<b>Jefe inmediato</b>	Gerente General (Administrador de empresas de Alojamiento)
<b>N° personas a cargo</b>	1
<b>Descripción básica del puesto</b>	Ejecutar recetas, comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.
<b>Especificaciones y requisitos del puesto</b>	
<b>Perfil de conocimientos</b>	Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencia. Procedimientos de emergencia. Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo. Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación. Primeros auxilios básicos. Principios de repostería, panadería y pastelería.
<b>Título</b>	Licenciado en Gastronomía y servicios de alimentos y bebidas.
<b>Experiencia</b>	1 año
<b>Funciones específicas del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoyar al jefe de cocina en la administración y control de la cocina.</li> <li>✓ Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta.</li> <li>✓ Realizar corte y preparación de comestibles variados.</li> <li>✓ Realizar cocción.</li> <li>✓ Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos.</li> <li>✓ Cuidar la higiene y seguridad alimentaria.</li> <li>✓ Cuidar del área de trabajo.</li> <li>✓ Operar equipos y maquinaria.</li> <li>✓ Cuidar de su higiene y presentación personal.</li> <li>✓ Mantener el equipo de trabajo motivado.</li> </ul>	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomando como base de información del servicio ecuatoriano de normalización (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008).




**Tabla 42** Funciones de Ama de llaves

	<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Ama de llaves
<b>Supervisado por</b>	Gerente General
<b>Jefe inmediato</b>	Gerente General
<b>N° personas a cargo</b>	1
<b>Descripción básica del puesto</b>	Se ocupa, principalmente de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.
<b>Especificaciones y requisitos del puesto</b>	
<b>Perfil de conocimientos</b>	<p>Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo y eventos especiales</p> <p>Desarrollo de procedimientos operacionales</p> <p>Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos</p> <p>Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos</p> <p>Técnicas de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales</p> <p>Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones</p> <p>Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento</p>
<b>Título</b>	Licenciado/a en Hotelería
<b>Experiencia</b>	3 años
<b>Funciones específicas del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoyar al jefe de cocina en la administración y control de la cocina.</li> <li>✓ Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta.</li> <li>✓ Realizar corte y preparación de comestibles variados.</li> <li>✓ Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos.</li> <li>✓ Cuidar la higiene y seguridad alimentaria.</li> <li>✓ Cuidar del área de trabajo.</li> <li>✓ Operar equipos y maquinaria.</li> <li>✓ Cuidar de su higiene y presentación personal.</li> <li>✓ Mantener el equipo de trabajo motivado.</li> </ul>	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomando como base de información del servicio ecuatoriano de normalización (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008).




**Tabla 43** Funciones de camarera

	<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Camarero/a
<b>Supervisado por</b>	Ama de llaves
<b>Jefe inmediato</b>	Ama de llaves
<b>N° personas a cargo</b>	1
<b>Descripción básica del puesto</b>	La camarera de pisos se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar, reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.
<b>Especificaciones y requisitos del puesto</b>	
<b>Perfil de conocimientos</b>	<p>Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables e instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales</p> <p>Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos</p> <p>Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo</p> <p>Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones</p> <p>Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped</p> <p>Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento</p> <p>Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo</p> <p>Procedimiento de manejo de mini bares</p> <p>Manejo de formularios</p>
<b>Título</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	1 año
<b>Funciones específicas del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Limpiar, asear y ordenar las habitaciones</li> <li>✓ Adecuar la habitación para recibir al huésped</li> <li>✓ Inspeccionar el estado de una habitación</li> <li>✓ Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación</li> <li>✓ Ordenar la habitación ocupada</li> <li>✓ Efectuar controlar y registros</li> <li>✓ Operar equipos de trabajo</li> <li>✓ Brindar información del establecimiento al huésped</li> <li>✓ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento</li> <li>✓ Velar por la seguridad y privacidad del huésped</li> <li>✓ Asegurar la satisfacción del cliente</li> <li>✓ Cuidar de la apariencia personal</li> <li>✓ Mantener la comunicación con los demás departamentos</li> </ul>	


**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomando como base de información del servicio ecuatoriano de normalización (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008).

**Tabla 44** Funciones de Jefe de recepción

	<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Jefe de recepción
<b>Supervisado por</b>	Gerente
<b>Jefe inmediato</b>	Gerente
<b>N° personas a cargo</b>	1
<b>Descripción básica del puesto</b>	El Jefe de recepción se ocupa, principalmente, de organizar y controlar los servicios de recepción, telefonía, portería, manejo de equipaje y servicios internos y externos relativos a las necesidades del huésped.
<b>Especificaciones y requisitos del puesto</b>	
<b>Perfil de conocimientos</b>	<p>Técnicas de organización y planificación de cronogramas de trabajo para días normales y feriados; definición de tiempos y calidad de servicio</p> <p>Desarrollo de procedimientos operacionales</p> <p>Técnicas de liderazgo, jefatura; coordinación y supervisión de personas</p> <p>Métodos para evaluar el desempeño del equipo humano de trabajo</p> <p>Control adecuado de higiene personal</p> <p>Reglas de etiqueta y protocolo</p> <p>Tipo, estructura y funcionamiento de las empresas de alojamiento, funciones y responsabilidades de los diversos servicios de la empresa de alojamiento</p> <p>Programas básicos de computación e internet; sistemas informáticos aplicados</p> <p>Transacciones monetarias y manejo de tarjetas de crédito</p> <p>Relaciones humanas, técnicas de manejos de conflictos</p> <p>Elaboración de planes, presupuestos y gráficos estadísticos para análisis y control</p> <p>Información turística del área y de la región</p>
<b>Título</b>	<p>Licenciado/a en Hotelería</p> <p>Licenciado/a en Administración de empresas</p>
<b>Experiencia</b>	3 años mínimo
<b>Funciones específicas del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizar el trabajo</li> <li>✓ Coordinar el servicio</li> <li>✓ Vincularse con servicios externos</li> <li>✓ Controlar transacciones</li> <li>✓ Solucionar problemas con huéspedes</li> <li>✓ Asegurar la satisfacción del cliente</li> <li>✓ Liderar al equipo humano de trabajo</li> <li>✓ Mantener relación con otros departamentos</li> </ul>	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomando como base de información del servicio ecuatoriano de normalización (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008).

**Tabla 45** Funciones de recepcionista Polivalente

	<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>
<b>Nombre del cargo</b>	Recepcionista Polivalente
<b>Supervisado por</b>	Jefe de recepción
<b>Jefe inmediato</b>	Jefe de recepción
<b>N° personas a cargo</b>	2
<b>Descripción básica del puesto</b>	El Recepcionista que desempeña un puesto polivalente se ocupa, principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped; ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.
<b>Especificaciones y requisitos del puesto</b>	
<b>Perfil de conocimientos</b>	Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped. Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones Funciones y responsabilidades de los diversos servicios del hotel Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica Términos técnicos de la hotelería relativos a la recepción Contabilidad básica Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación
<b>Título</b>	Licenciada en Hotelería o turismo
<b>Experiencia</b>	1 año
<b>Funciones específicas del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Registrar el ingreso del huésped (check in)</li> <li>✓ Acomodar al huésped en la habitación</li> <li>✓ Controlar el acceso a las habitaciones</li> <li>✓ Apoyar al huésped</li> <li>✓ Apoyar a la administración</li> <li>✓ Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out)</li> <li>✓ Realizar los trabajos de auditoría nocturna</li> <li>✓ Entregar la recepción al turno correspondiente</li> <li>✓ Cuidar el área de recepción</li> <li>✓ Operar los equipos de recepción</li> </ul>	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomando como base de información del servicio ecuatoriano de normalización (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008).



### **2.2.8 Claves para un buen servicio al cliente**

Al encontrarse con un huésped en las instalaciones de la hostería debe esperar a que el huésped ingrese, estableciendo contacto visual, sonreír y saludar.

No se debe cruzar por delante de un huésped.

Al tener un encuentro, se debe preguntar sobre su experiencia en el hotel.

Nunca decir al huésped “ese no es mi trabajo”.

Tomar las decisiones necesarias e inmediatas para resolver los problemas y solicitudes del huésped.

Participar con gusto en los programas de capacitación.

Crear un ambiente de trabajo positivo.

Mantener impecable el uniforme.

Brindar información confiable y verídica al huésped.

#### **2.2.8.1 Presentación personal**

El personal debe portar un gafete con su nombre y logo de la hostería, deben estar debidamente uniformados, limpios y en buen estado.

En cargos que formen parte del departamento de recepción, en caso de las mujeres el cabello debe estar recogido y en caso de los hombres el cabello debe ser lo más corto posible y el pelo facial afeitado.

En cargos que formen parte del departamento de alimentos y bebidas y ama de llaves deben estar con mallas y uñas completamente limpias y cortadas.

### **2.2.9 Políticas generales de la empresa.**

Para brindar un excelente servicio, crear experiencias agradables y convertirse en un establecimiento de prestigio a nivel nacional e internacional, Hostería Samanaraymi podría contar con varias políticas generales, presentadas a continuación:



Check in 15:00 pm.

Check out 12:00 pm.

Early check in: Se coordina desde la reserva, este requerimiento está sujeto a disponibilidad. Se cobrará 30% más de la tarifa contratada, por uso anticipado de las instalaciones.

Late check out: Entrega de habitación hasta las 18h00 se cobrará el 30% más de la tarifa contratada, después de la hora el 100% de la tarifa.

No se aceptan mascotas.

Dispone de parqueadero para huéspedes, el costo por hora de parqueo para personas externas es de \$1,00 dólar.

Desayuno incluido para huéspedes.

Prohibido fumar dentro de las instalaciones del alojamiento y el expendio de bebidas alcohólicas a menores de edad.

Número máximo de camas supletorias o sofá camas en habitación: 1.

En caso de pérdidas o daños de las instalaciones, estos serán facturados al huésped.

Las opciones de pago se podrán realizar mediante, deposito, efectivo, tarjeta de crédito o débito.

En caso de hospedarse en habitaciones cuádruples o quíntuples no se garantiza camas supletorias.

La hostería no se responsabiliza por los artículos personales perdidos u olvidados dentro de las instalaciones del mismo.

**Política de cancelación:** Podrá cancelar la reserva con 48 horas antes de la llegada a la hostería.

En caso de grupos podrá cancelar la reserva con 7 días hábiles antes de la llegada a la hostería.



**Política de garantía:** Se requiere de un depósito previo del 50% para garantizar la reservación.

**Política de No show:** En caso de que el huésped no se presente o no llegue, la hostería cobrará una noche de estancia como concepto de No Show (no arribo).

**Política para niños:** Son considerados niños solo hasta los 12 años, su costo de ingreso será de \$ 12,00.

Niños hasta los 3 años de edad, ingresan sin costo alguno siempre y cuando compartan cama con sus padres.

**Políticas de privacidad:** Hostería Samanaraymi no otorgará información personal del huésped a terceros.

**Políticas para grupos:** Los bloqueos se realizará únicamente mediante una cotización enviada por el establecimiento al huésped y a su vez este reenviará firmado y con un abono del 50% los cuales no serán reembolsables, el 50% faltante deberá ser cancelado dos días antes de su llegada a la hostería.

Uso anticipado de instalaciones para grupo, se cobrará 50% más de la tarifa contratada de una noche, por pax.

El room list debe ser enviado a la hostería con 5 días de anticipación caso contrario el establecimiento no se responsabiliza por demoras al momento del check in.

Cada persona del grupo debe llevar sus documentos personales al momento del check in como cédula o pasaporte.

**Derecho de Admisión:** Samanaraymi se reserva el Derecho de Admisión de aquellas personas que se muestran con claros signos de encontrarse bajo el efecto de sustancias sicotrópicas, como también se reserva el derecho de adoptar cualquier acción que le permita proteger la integridad de sus Huéspedes, Empleados y precautelar las instalaciones.



## **2.3 Estudio técnico**

Forma parte de la planeación de proyectos que permite saber cuál es el tamaño óptimo y la ubicación exacta del mismo, además de desarrollar un plano o infraestructura, y un tipo de financiamiento que podría obtener para la elaboración del emprendimiento.

### **2.3.1 Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto indica la capacidad de producción del proyecto a llevar a cabo durante la vigencia del mismo.

#### **2.3.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto**

##### **Mercado**

Se prevé que la demanda potencial sean grupos de turistas que visitan la parroquia Salinas, ofreciendo una ruta más amplia en la que incluya a Simiatug a través del Centro de Turismo Comunitario, incluso obtener visitas de extranjeros, los cuales en su mayoría son voluntarios de fundaciones internacionales.

En Simiatug no cuentan con registros de llegada y salida de turistas, pero Salinas una parroquia cercana a través del centro de turismo comunitario estimó una demanda en el año 2018 de 19000 turistas entre nacionales y extranjeros (Ver Anexo 6). Las dos parroquias cuentan con aproximadamente similares características de emprendimientos comunitarios y se pueden establecer rutas en las que incluyan a la parroquia.

##### **Talento Humano**

Para la realización del proyecto, se considera el personal óptimo que brinde un servicio de calidad, en Simiatug no se cuenta con personas capacitadas en cumplir las diferentes funciones de la hostería ya que en la parroquia no tienen instrucción académica referente a la hotelería, turismo o gastronomía, sin embargo, Guaranda o Ambato que son las ciudades cercanas si lo oferta, es por eso que se prevé dictar capacitaciones constantes y se requerirá que los jefes



de cada departamento sean personas instruidas en el área, que aportarán satisfactoriamente con sus conocimientos y experiencias.

### **Los suministros, insumos**

En la parroquia Simiatug no hay opciones de proveedores para adquisiciones, es por eso que la mayoría de insumos y suministros se obtendrán de ciudades cercanas como Ambato y Guaranda e incluso de Cuenca, determinando las respectivas empresas con el fin de obtener los mejores precios. Asimismo, la propiedad cuenta con recursos naturales como la tierra para realizar el adobe y madera de pino para los acabados.

### **Tecnología y equipos**

Para lograr brindar un servicio de calidad a potenciales huéspedes se buscará empresas que otorgan servicio de internet y televisión, e incluso adquirir equipos de oficina como computadoras, televisores, teléfonos para las habitaciones, además de adquirir para el restaurante, cocina, microondas, neveras, refrigeradores, y la lavandería como lavadora, secadora y planchas para ropa.

### **El financiamiento**

Para la creación del establecimiento se podrá adquirir créditos, en entidades bancarias las cuales se detalla a continuación, la cantidad a solicitar será de \$270,750

La CFN es una institución financiera pública, cuya misión consiste en impulsar el desarrollo de sectores productivos y estratégicos del Ecuador. La tasa de interés nominal es de 8.95%.

La Hostería podría adquirir los \$270,750, comenzando con su primer pago mensual de \$5613,76. A un plazo de 60 meses, dando un interés total de \$66075.41,

BanEcuador es una entidad bancaria que ayuda a pequeñas y medianas empresas entre otros, la tasa nominal que brindan es de 9,76% donde se podrá solicitar un crédito.





La Hostería podría adquirir los \$270,750 para 5 años con cuota decreciente, comenzando con su primer pago mensual de \$5720,72.

Banco del Pichincha se puede solicitar un crédito, con una tasa nominal de 11,23% permitida por el Banco Central del Ecuador.

La Hostería podría adquirir los \$270,750 para 5 años con cuota fija, de \$5917,86 y finalizando su última cuota de \$5918,93, dando un interés total de \$84321,87.

### 2.3.1.2 Capacidad total diseñada del proyecto

La capacidad diseñada de la hostería está conformada por 23 habitaciones en las cuales se pueden hospedar hasta 6 personas. Se calcula la capacidad en la siguiente tabla:

**Tabla 46** Capacidad diseñada de la hostería

Habitación	Número de habitaciones	Capacidad personas	Personas por noche	Personas por año
Matrimonial	3	2	6	2190
Doble	4	2	8	2920
Triple	4	3	12	4380
Cuádruple	6	4	24	8760
Múltiple	6	6	36	13140
<b>TOTAL</b>				<b>31390</b>

**Nota:** Elaboración propia. La capacidad diseñada ofrecerá 31390 servicios de hospedaje al año

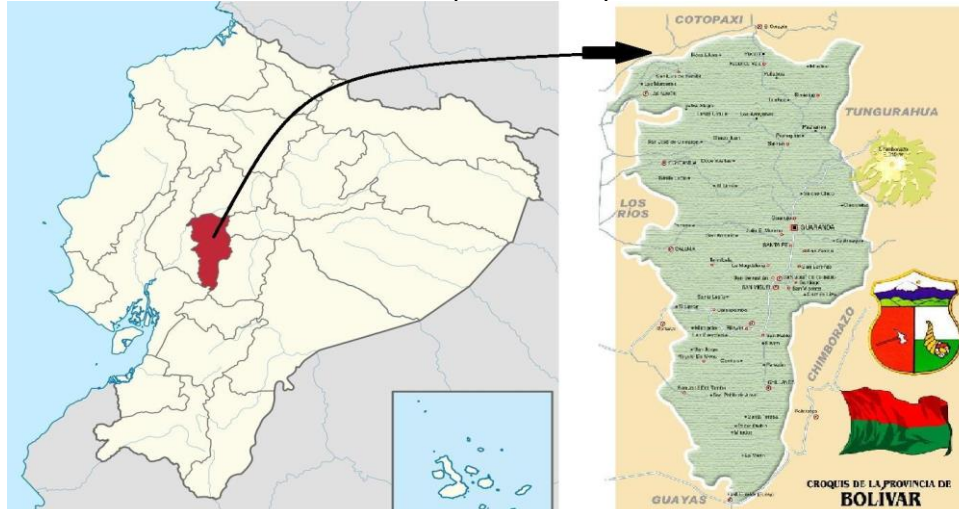
### 2.3.2 Localización del proyecto

La ubicación está determinada debido a que ya se cuenta con la propiedad en donde será construida la hostería, definiendo así la macro y micro localización

#### 2.3.2.1 Macro localización

Bolívar conforma una de las 24 provincias del Ecuador, ubicada en el centro del país en la región sierra, su capital es la ciudad de Guaranda, fundada el 23 de abril de 1824, con una superficie de 3254 Km<sup>2</sup> (EcuRed, s.f.).

**Figura 14** Ubicación de Bolívar en el Mapa de la República del Ecuador.



**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomado de (TUBS, 2011).

### 2.3.2.2 Micro localización

Guaranda posee varios atractivos turísticos tanto naturales como culturales que se encuentran en la capital y sus parroquias; la prefectura ha impulsado una estrategia para vender los destinos pocos conocidos de Bolívar que consiste en llevar a los turistas a las parroquias rurales de Guaranda, en la que destaca Salinas que concentra la mayor cantidad de visitantes y se busca aprovechar las visitas que llegan a esa parroquia para motivarlos y alargar su estadía y llegar también a otras zonas como Simiatug.

**Figura 15** Mapa del cantón Guaranda y sus parroquias rurales.

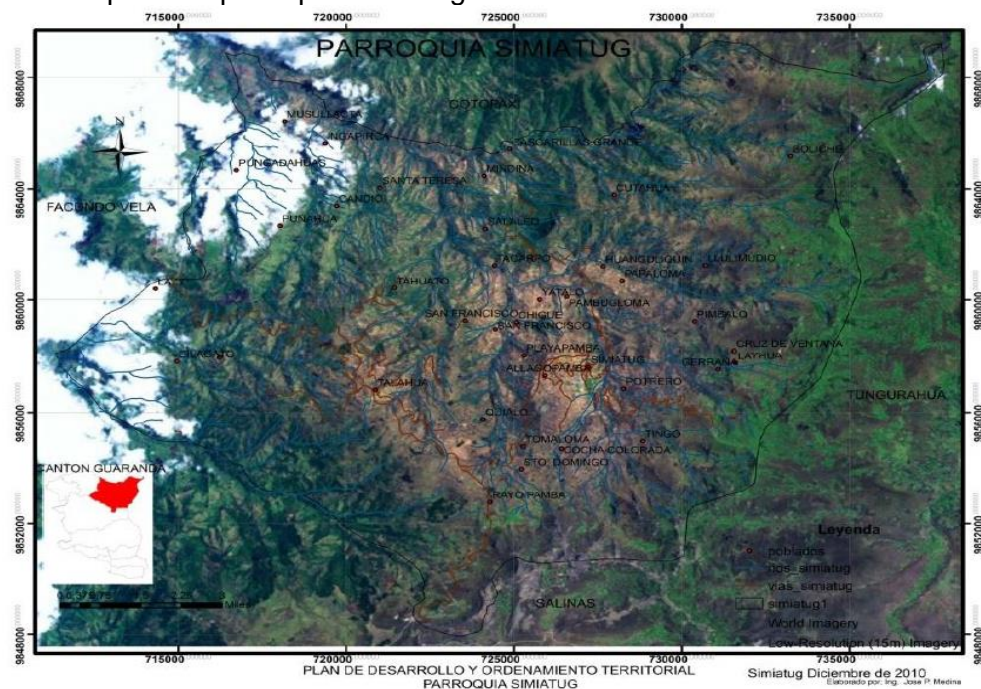


**Nota:** Elaboración propia de las autoras tomado de (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, s.f.).

La hostería estará ubicada en la zona llamada la Traskila, perteneciente a la comunidad Chiquisungo, 5 minutos antes del casco parroquial Simiatug de la provincia Bolívar, cantón Guaranda, en la entrada principal Ambato-Simiatug.

Contando con la disponibilidad de la propiedad llamada La Trasquila perteneciente a los inversionistas del proyecto.

**Figura 16** Mapa de la parroquia Simiatug.



**Nota:** Tomado de Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Simiatug, (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Simiatug, 2015).

### 2.3.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto sirve para “resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta” (Urbina, 2013, pág. 112).

### 2.3.3.1 Descripción técnica del servicio

## Servicio de hospedaje

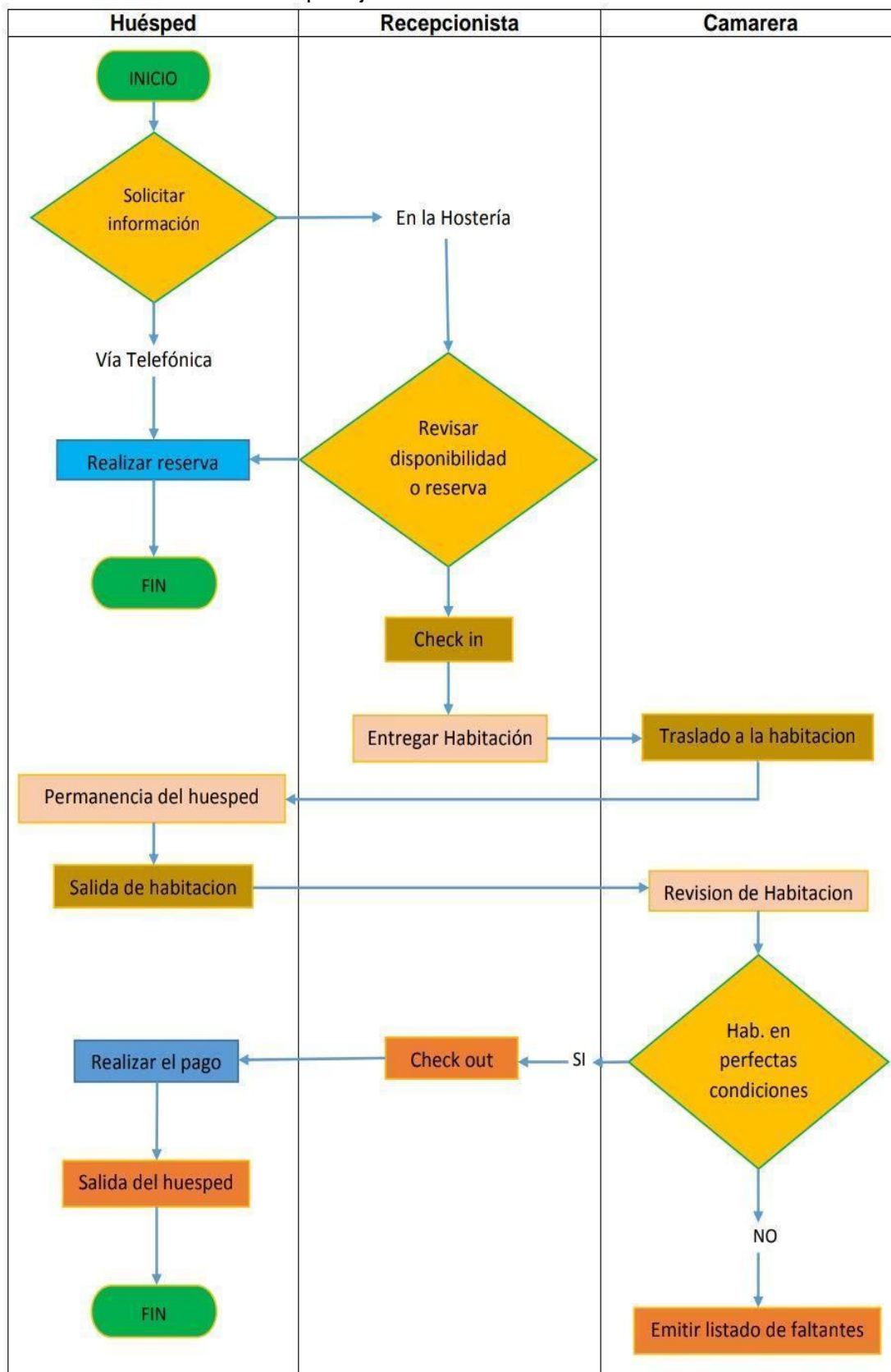
- Solicitar información: El cliente puede llamar a realizar una reserva o encontrarse para hospedarse con o sin reserva.
- Revisar disponibilidad o reserva: El recepcionista se encargará de revisar si hay disponibilidad o verificará la reserva establecida a nombre del huésped respectivamente.



- Reservar el servicio: El recepcionista enviará la cotización al posible huésped o a su vez realizará la reserva mediante llamada telefónica o internet.
- Check in: Se deberá registrar los datos personales del huésped, y si se trata de un grupo se deberá registrar los datos de la persona a cargo de dicho grupo, a su vez se le entregará las llaves al huésped o encargado del grupo.
- Entregar Habitación: La camarera será quien ayude o guíe al huésped a la habitación asignada, y al grupo se le entregará las llaves al encargado del mismo y se brindará información de la ubicación de cada habitación.
- Permanencia del huésped: El huésped permanece en el establecimiento el tiempo reservado por el mismo.
- Check out: El Huésped termina su estadía y se dirige hasta la recepción para realizar el check out, el recepcionista procede a realizar el check out mientras la camarera se encarga de revisar la condición de la habitación e informa a la recepcionista, la cual procede a emitir la factura.
- Pago: El Huésped procede a cancelar la cantidad correspondiente por el servicio otorgado en el establecimiento.
- La camarera será la encargada de ayudar o guiar al huésped a la salida.

### 2.3.3.2 Diagrama del procedimiento

**Ilustración 4** Servicio de Hospedaje.



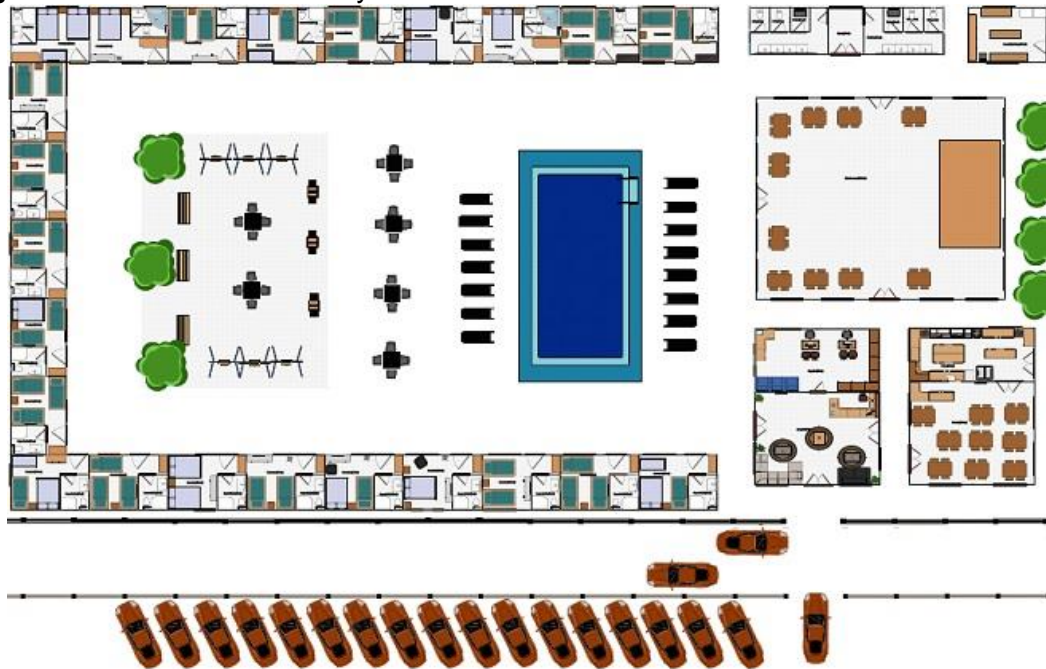
**Nota:** Elaboración propia de las autoras en base a las necesidades del huésped.



### 2.3.3.3 Distribución de la planta

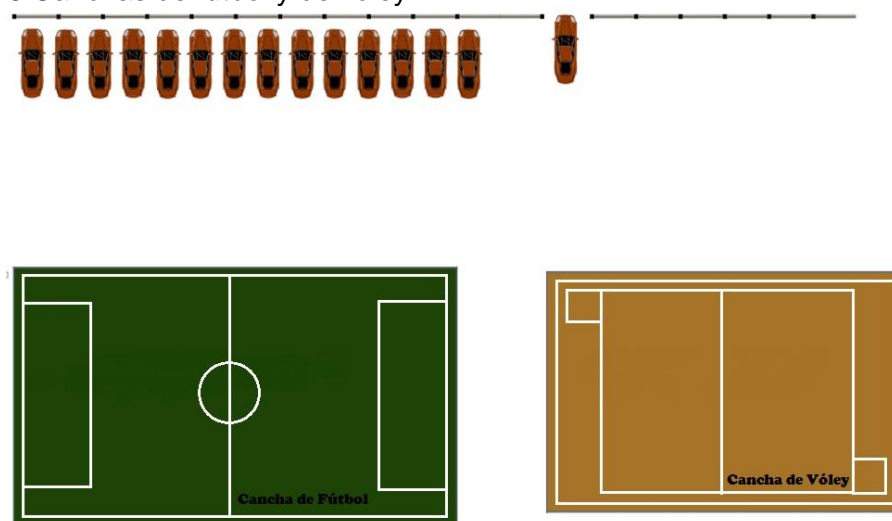
La hostería contará con 23 habitaciones, piscina, área verde, parqueadero, restaurante, salón de eventos. En la propiedad que se tiene previsto realizar el proyecto cuenta con cancha de fútbol y volley.

**Figura 17** Hostería Samanaraymi



**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).

**Figura 18** Canchas de fútbol y de vóley



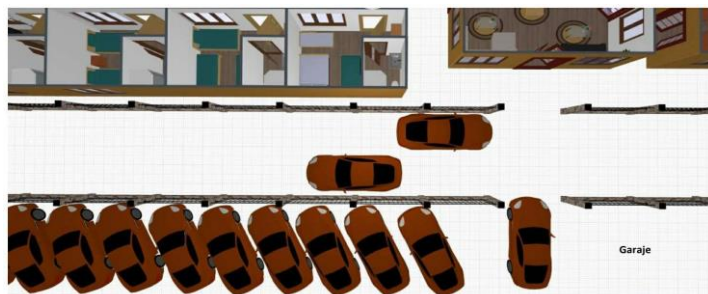
**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011)

**Figura 19** Lavandería



**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).

**Figura 20** Parqueadero de Hostería.



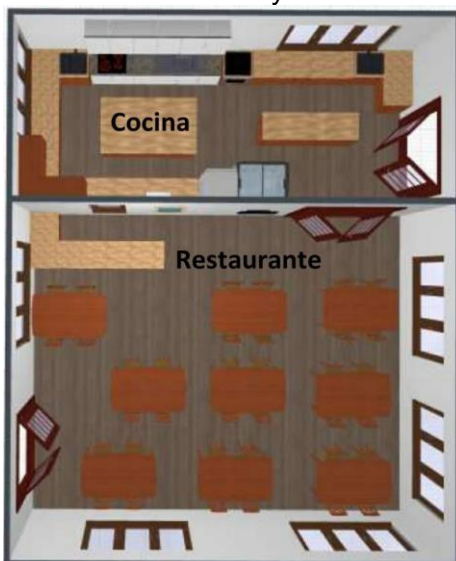
**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).

**Figura 21** Lobby y oficinas de Hostería Samanaraymi



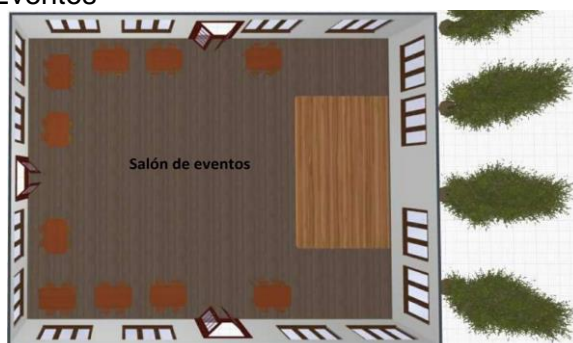
**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).

**Figura 22** Restaurante de Hostería Samanaraymi



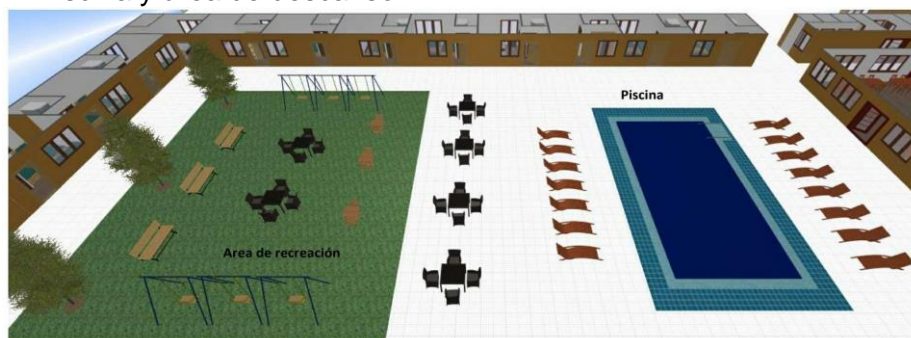
**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).

**Figura 23** Salón de Eventos



**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).

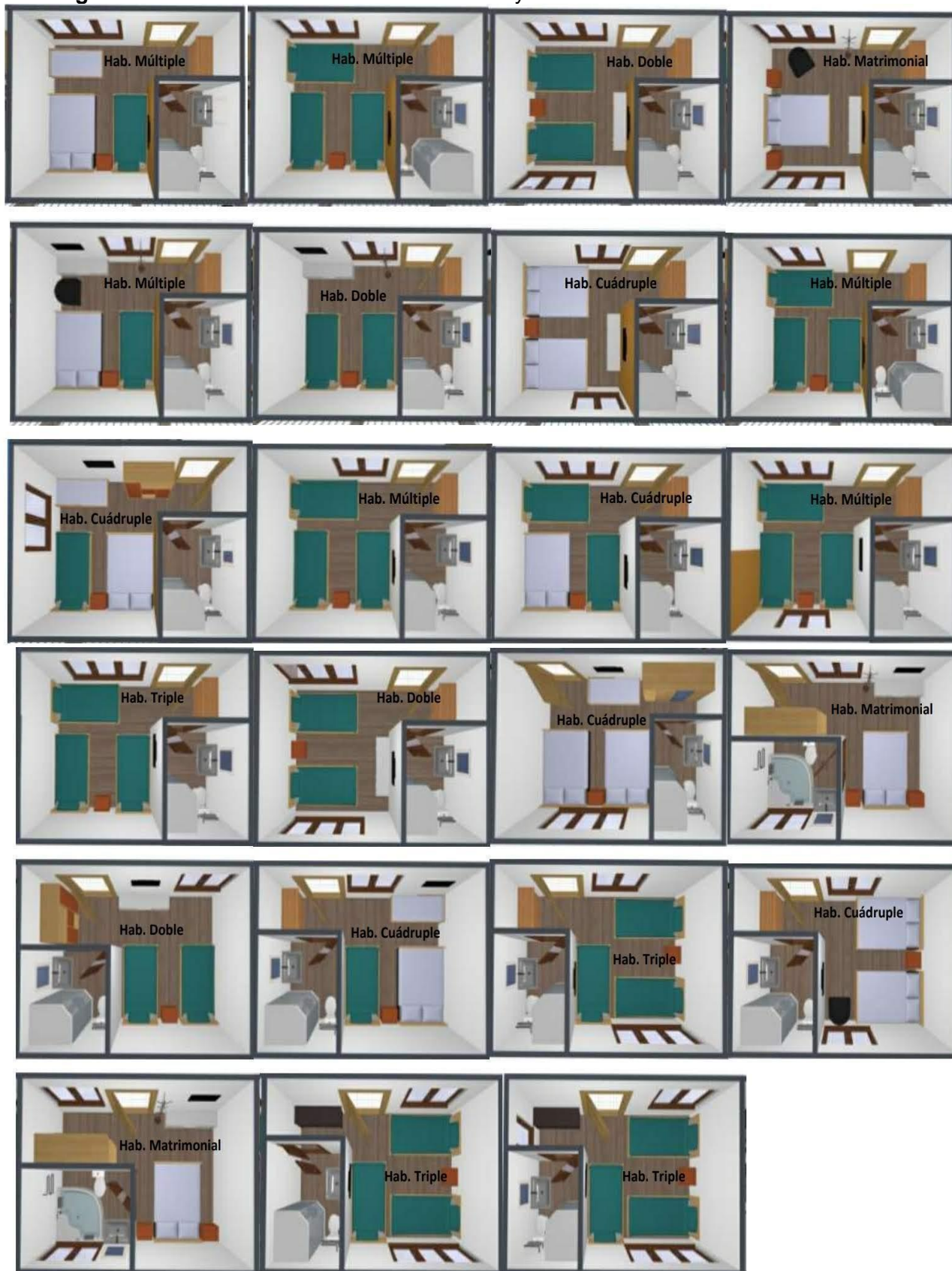
**Figura 24** Piscina y área de descanso



**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).



**Figura 25** Habitaciones de Hostería Samanaraymi



**Nota:** Elaboración propia de las autoras realizado en programa online (Planner 5D, 2011).

### 2.3.3.4 Inversión

Es la cantidad limitada a solicitar para el proyecto, a desarrollarse debidamente, en el lugar propuesto.

#### Activos fijos

A continuación, se detalla todos los activos fijos que se requieren en la inversión.

- Terreno

La hostería se implementará en un terreno de aproximadamente 36 hectáreas, de los cuales se utilizará para la construcción 1059,40m<sup>2</sup>, más 10962m de las canchas de vóley y fútbol y lo restante será para realizar caminatas y excursión. El terreno no requiere de una inversión, debido a que ya es propiedad de quienes financian la hostería.

- Infraestructura

Se detalla toda la infraestructura requerida donde se distribuirá cada instalación o servicio que va a ofrecer la hostería.

**Tabla 47** Infraestructura

Detalle	m <sup>2</sup>	Costo x m <sup>2</sup>	Costo total en USD
Área verde (césped sintético)	194	\$ 15,00	\$ 2.910,00
Restaurante	53	\$ 300,00	\$ 15.900,00
Cocina	27,1	\$ 300,00	\$ 8.130,00
Recepción	47,5	\$ 300,00	\$ 14.250,00
Salón de eventos	208,5	\$ 300,00	\$ 62.550,00
Baños públicos	37,3	\$ 300,00	\$ 11.190,00
Lavandería y bodega	17,5	\$ 300,00	\$ 5.250,00
Oficina	32	\$ 300,00	\$ 9.600,00
Habitaciones	402,5	\$ 400,00	\$ 161.000,00
Cancha de vóley	9x18	\$ 0,00	\$ 0,00
Cancha de fútbol	120x90	\$ 0,00	\$ 0,00
Piscina	40	\$ 292,88	\$ 11.715,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 302.495,00</b>

**Nota:** Información obtenida de entrevista al Arquitecto Jorge Guaicha, (2019).

La hostería contará con 3 habitaciones matrimoniales, 4 dobles, 4 triples, 6 cuádruples y 6 múltiples.

- Maquinaria y equipos

**Tabla 48** Maquinaria y equipos

Proveedor	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>LAVANDERÍA</b>				
JAHER	Lavadora Whirlpool - 39 libras	2	\$ 432,00	\$ 864,00
Créditos Económicos	Secadora de 21 Kg	1	\$ 532,00	\$ 532,00
Coral	Plancha Hamilton	2	\$ 23,86	\$ 47,72
Coral	Mesa de planchar	2	\$ 18,80	\$ 37,60
<b>COCINA</b>				
Ibea	Cocina industrial	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Ibea	Horno microondas	1	\$ 1.785,00	\$ 1.785,00
Ibea	Mesa refrigerada	1	\$ 1.930,00	\$ 1.930,00
Coral	Licuada Hamilton	2	\$ 45,66	\$ 91,32
Coral	Batidora	1	\$ 12,54	\$ 12,54
Coral	Maquina expreso y cappuccino	1	\$ 98,40	\$ 98,40
Ibea	Mesa de trabajo tipo pared con pozo.	1	\$ 777,00	\$ 777,00
Ibea	Mesa de trabajo tipo isla	1	\$ 616,00	\$ 616,00
Coral	Congelador 295L 10.4CF	1	\$ 272,99	\$ 272,99
Ibea	Freidora a gas	1	\$ 1.685,04	\$ 1.685,04
Coral	Tostadora	1	\$ 37,62	\$ 37,62
Coral	Parrilla	1	\$ 34,23	\$ 34,23
Naun Sanmartin	Estante de vajilla de acero inoxidable 1,20x50	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Naun Sanmartin	Lava platos (2 pozos)	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>ALOJAMIENTO</b>				
Coral	Televisor LED L32	24	\$ 219,43	\$ 5.266,32
Coral	Teléfono	23	\$ 24,18	\$ 556,14
Coral	Lámpara	23	6,84	\$ 157,32
Coral	Calefactor	10	46,31	\$ 463,10
	Caldero	1	\$6000	\$6000
<b>SALÓN DE EVENTOS</b>				
Coral	Parlante	1	\$ 147,89	\$ 147,89
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 24.812,23</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras. Ver anexos 8, 10, 12



- Muebles y Enseres

**Tabla 49** Muebles y Enseres

Proveedor	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>ALOJAMIENTO</b>				
Carpintería Simiatug	Cama de 2 y ½ plazas (queen)	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Carpintería Simiatug	Cama de 2 plazas (full)	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Carpintería Simiatug	Cama de 1 y ½ (twin)	20	\$ 90,00	\$ 1.800,00
Carpintería Simiatug	Cama de 1 plaza	8	\$ 80,00	\$ 640,00
Coral	Litera de 1 y ½ (twin)	6	\$ 145,21	\$ 871,26
Carpintería Simiatug	Litera de 1 plaza	18	\$ 150,00	\$ 2.700,00
Coral	Velador	45	\$ 23,03	\$ 1.036,35
Coral	Colchón de 2 y ½ plazas	3	\$ 228,91	\$ 686,73
Coral	Colchón de 2 plazas	4	\$ 177,85	\$ 711,40
Coral	Colchón de 1 y ½ plazas	32	\$ 113,41	\$ 3.629,12
Coral	Colchón de 1 plaza	44	\$ 51,34	\$ 2.258,96
Coral	Basurero 10L cuadrado	23	\$ 12,05	\$ 277,15
Carpintería Simiatug	Escritorio	23	\$ 80,00	\$ 1.840,00
Carpintería Simiatug	Silla	23	\$ 12,00	\$ 276,00
Pycca	Consola con espejo	23	\$ 147,00	\$ 3.381,00
Pycca	Closet	23	\$ 148,99	\$ 3.426,77
Coral	Armador de alambre, 12PC	6	\$ 1,35	\$ 8,10
Coral	Accesorio metal para baño	23	\$ 4,24	\$ 97,52
<b>RESTAURANTE</b>				
Carpintería Simiatug	Juego de Mesa 2 personas	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Carpintería Simiatug	Juego de Mesa 4 personas	5	\$ 70,00	\$ 350,00
Carpintería Simiatug	Juego de Mesa 6 personas	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Carpintería Simiatug	Bar	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Coral	Basureros	2	\$ 12,05	\$ 24,10
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				

Carpintería Simiatug	Escritorio	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Carpintería Simiatug	Silla	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Colineal	Archivador biblioteca 179,3x33,3	1	\$ 598,50	\$ 598,50
Coral	Basurero	1	\$ 12,05	\$ 12,05
<b>RECEPCIÓN</b>				
Carpintería Simiatug	Mueble de recepción	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Colineal	Juego de sala	1	\$ 1.099,00	\$ 1.099,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 28.218,01</b>

**Nota:** Información obtenida de entrevista al carpintero Aníbal Ayme y Colineal (2019). Ver anexo 13.

- Equipos de computación

**Tabla 50** Equipos de computación

Proveedor	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				
Coral	Teléfono Panasonic	26	\$ 24,18	\$ 628,68
Créditos Económicos	Computadora HP 21.5"	3	\$ 628,75	\$ 1.886,25
JAHER	Impresora Epson	1	\$ 440,83	\$ 440,83
Créditos Económicos	Celular Samsung Galaxy J4	1	\$ 200,26	\$ 200,26
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3.156,02</b>

**Nota:** Información obtenida de Créditos Económicos, (2019). Ver anexo 11 y 13

- Suministros de Oficina

**Tabla 51** Suministros de oficina

Proveedor	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				
Papelesa	Grapadora	1	\$ 1,96	\$ 1,96
Papelesa	Papel bond (500h)	1	\$ 3,35	\$ 3,35
Papelesa	Archivador oficio	10	\$ 2,75	\$ 27,50
Papelesa	Regla metálica 40cm	2	\$ 3,10	\$ 6,20
Papelesa	Clips	10	\$ 0,40	\$ 4,00
Onerom	Perforadora	1	\$ 1,89	\$ 1,89
Papelesa	Sobre blanco oficio (50u)	1	\$ 1,04	\$ 1,04
Papelesa	Apoya manos	2	\$ 3,13	\$ 6,26





Papelesa	Sacapuntas	2	\$ 0,60	\$ 1,20
Papelesa	Esferos	10	\$ 0,36	\$ 3,60
Papelesa	Calculadora	1	\$ 3,93	\$ 3,93
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 60,93</b>

**Nota:** Información obtenida de Papelesa y proveedora Onerom, (2019).

- Menaje y Lencería

**Tabla 52** Menaje y Lencería

Proveedor	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>ALOJAMIENTO</b>				
Coral	Juego de sábanas de 2 y ½ plazas	3	\$ 12,85	\$ 38,55
Costurin	Juego de sábanas de 2 plazas	4	\$ 9,38	\$ 37,52
Costurin	Juego de sábanas de 1 y ½ plazas	32	\$ 7,59	\$ 242,88
Costurin	Juego de sábanas de 1 plaza	44	\$ 7,59	\$ 333,96
Coral	Duvet de 2 y ½ plazas	3	\$ 12,96	\$ 38,88
Coral	Duvet de 2 plazas	4	\$ 15,07	\$ 60,28
Coral	Duvet de 1 y ½ plazas	32	\$ 9,49	\$ 303,68
Coral	Duvet de 1 plaza	44	\$ 9,49	\$ 417,56
Coral	Cobertor Italia de 2 y ½ plazas	3	\$ 18,98	\$ 56,94
Costurin.	Cobertor Italia de 2 plazas	4	\$ 18,98	\$ 75,92
Costurin.	Cobertor Italia de 1 y ½ plazas	32	\$ 17,91	\$ 573,12
Costurin.	Cobertor Italia de 1 plaza	44	\$ 17,91	\$ 788,04
Coral	Pie de cama 80x230	83	\$ 15,57	\$ 1.292,31
Costurin	Cobija de 1 y ½ plazas	76	\$ 10,71	\$ 813,96
Coral	Almohadas	90	\$ 2,96	\$ 266,40
Costurin	Set de toallas 3 piezas	90	\$ 8,96	\$ 806,40
Costurin	Alfombra coral 40x60	46	\$ 2,17	\$ 99,82
Costurin	Cortina de ducha	23	\$ 3,94	\$ 90,62
Coral	Sleeping bag	10	\$ 11,95	\$ 119,50
Coral	Carpa de tienda	5	\$ 89,60	\$ 448,00
Coral	Cortina de habitación	23	\$ 15,90	\$ 365,70
<b>RESTAURANTE</b>				
Coral	Tazas	60	\$ 1,61	\$ 96,60
Coral	Vasos de cristal	60	\$ 0,27	\$ 16,20
Coral	Plato base	60	\$ 3,12	\$ 187,20
Coral	Plato de postre	60	\$ 1,74	\$ 104,40
Coral	Plato sopero	60	\$ 1,36	\$ 81,60
Coral	Cucharas (10)	6	\$ 1,83	\$ 10,98



Coral	Cubiertos (10)	6	\$ 3,62	\$ 21,72
Tventas	Mantel individual	60	\$ 0,80	\$ 48,00
Coral	Jarras	3	\$ 5,33	\$ 15,99
Coral	Porta cubiertos	13	\$ 1,00	\$ 13,00
Coral	Porta servilletas	13	\$ 2,37	\$ 30,81
Ibea	Bandejas Plásticas	6	\$ 4,80	\$ 28,80
Coral	Saleros	13	\$ 1,86	\$ 24,18
<b>COCINA</b>				
Coral	Ollas indalum	4	\$ 14,21	\$ 56,84
Coral	Olla de presión	1	\$ 70,06	\$ 70,06
Coral	juego de ollas pequeñas (5)	2	\$ 27,79	\$ 55,58
Coral	Sartén	2	\$ 6,43	\$ 12,86
Coral	Cuchillos, 9 piezas	1	\$ 19,10	\$ 19,10
Costuras i.	Limpiones	2	\$ 1,23	\$ 2,46
Coral	Cernidores	2	\$ 0,33	\$ 0,66
Coral	Tabla de picar	2	\$ 1,45	\$ 2,90
Coral	Bowl	3	\$ 2,74	\$ 8,22
Coral	Exprimidor de limón	1	\$ 0,32	\$ 0,32
Coral	Cucharón	2	\$ 1,64	\$ 3,28
Coral	Espumadera	1	\$ 0,55	\$ 0,55
<b>TOTAL</b>				\$ 8.182,35

**Nota:** Elaboración propia de las autoras. Ver anexos 10, 12, 15 y 15

- Resumen de Activos Fijos

**Tabla 53** Resumen de Activos Fijos

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	0.00
Infraestructura	\$ 302.495,00
Maquinaria y equipos	\$ 24.812,23
Muebles y enseres	\$ 28.218,01
Equipo de computación	\$ 3.156,02
Suministros de oficina	\$ 60,93
Menaje	\$ 8.182,35
<b>TOTAL</b>	\$ 366.924,54

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

## Costo de producción

- Materia prima directa

**Tabla 54** Cantidad bruta de ingredientes para desayuno continental

Ingredientes	Cant Neta	Rend Estándar	Referencia Costo
Leche l	4	100%	\$ 0,85 (l)
Pulpa de naranja g	100	100%	\$1,82 (500 g)
Azúcar g	180	100%	\$ 0,46 (500 g)
Mermelada g	120	100%	\$ 1,60 (300 g)
Mantequilla g	120	100%	\$2,22 (500 g)
Huevos u	24	100%	\$3,00 (Cubeta de huevos)
Sal gr	20	100%	\$ 0,43 los (1000 g)
Aceite ml	65	100%	\$ 1,81 (l)
Pan u	24	100%	\$ 0,20 (unidad)
Café g	100	100%	\$ 5,02 (250 g)

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 55** Costo de desayuno

		<i>Hostería Samanaraymi</i>			
Ficha técnica	Desayuno Continental			Fecha	
Ingredientes	U.C.	Cant Neta	Rend. Estánd.	C. Unitario	C. Total
Leche	l	4,000	100%	0,850000	\$ 3,40
Pulpa de naranja	g	100,000	100%	0,003640	\$ 0,36
Azúcar	g	180,000	100%	0,000920	\$ 0,17
Mermelada	g	120,000	100%	0,005333	\$ 0,64
Mantequilla	g	120,000	100%	0,004440	\$ 0,53
Huevos	u	24,000	100%	0,125000	\$ 3,00
Sal	g	20,000	100%	0,000430	\$ 0,01
Aceite	ml	65,000	100%	0,001810	\$ 0,12
Pan	u	24,000	100%	0,200000	\$ 4,80
Café	g	100,000	100%	0,020080	\$ 2,01
TOTAL					\$ 15,04
Porciones	12		Costo por porción		\$1,25
			Tiempo de elaboración		30 min
Materia prima directa anual					\$39333,37
Materia prima directa anual con proyección del 22% de pax que pernoctan					\$ 8.653,34

**Nota:** Elaboración propia de las autoras





**Tabla 56** Costo de amenities

Descripción	Valor	Capacidad diseñada	Total
Shampoo Fco. Terra de 35ml	\$0,39	31390	12.242,10
Jabón de 22gr Papel Kraft	\$0,26	31390	8.161,40
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 20.403,50</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 57** Resumen de costos de materia prima directa

Materia prima directa	Total Anual
Desayuno	\$ 8.653,34
Amenities	\$ 20.403,50
<b>Total</b>	<b>\$ 29.056,84</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

- Mano de obra directa

**Tabla 58** Mano de obra directa

Mano de obra directa			Provisiones Sociales										
N°	Cargo	MO	Sueldo Nominal	Días Labor	Sueldo	Remuneración	Ap. Pat. 12,15%	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	F. Reserva	Costo trabajador	Valor al año
1	Cocinero polivalente	Directo	\$ 398,65	\$ 30,00	\$ 398,65	\$ 398,65	\$ 48,44	\$ 33,22	\$ 32,83	\$ 16,61	\$ 33,22	\$ 562,97	\$ 6.755,66
2	Ama de llaves	Directo	\$ 400,22	\$ 30,00	\$ 400,22	\$ 400,22	\$ 48,63	\$ 33,35	\$ 32,83	\$ 16,68	\$ 33,35	\$ 565,06	\$ 6.780,71
3	Camarera de pisos	Directo	\$ 397,47	\$ 30,00	\$ 397,47	\$ 397,47	\$ 48,29	\$ 33,12	\$ 32,83	\$ 16,56	\$ 33,12	\$ 561,40	\$ 6.736,83
<b>TOTALES</b>			\$ 1.196,34		\$ 1.196,34	\$ 1.196,34	\$ 145,36	\$ 99,70	\$ 98,50	\$ 49,85	\$ 99,70	\$ 1.689,43	\$ 20.273,19

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

- Mano de obra indirecta

**Tabla 59** Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta			Provisiones Sociales										
N	Cargo	MO	Sueldo Nominal	Días Labor	Sueldo	Remuneración	Ap. Pat. 12,15%	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	F. Reserva	Costo trabajador	Valor al año
1	Gerente General (Administrador certificado)	Indirecto	\$ 400,62	\$ 30,00	\$ 400,62	\$ 400,62	\$ 48,68	\$ 33,39	\$ 32,83	\$ 16,69	\$ 33,39	\$ 565,59	\$ 6.787,08
2	Jefe de recepción (Sub Administrador)	Indirecto	\$ 400,22	\$ 30,00	\$ 400,22	\$ 400,22	\$ 48,63	\$ 33,35	\$ 32,83	\$ 16,68	\$ 33,35	\$ 565,06	\$ 6.780,71
3	Recepcionista polivalente certificada 1	Indirecto	\$ 397,47	\$ 30,00	\$ 397,47	\$ 397,47	\$ 48,29	\$ 33,12	\$ 32,83	\$ 16,56	\$ 33,12	\$ 561,40	\$ 6.736,83
4	Recepcionista polivalente certificada 2	Indirecto	\$ 397,47	\$ 30,00	\$ 397,47	\$ 397,47	\$ 48,29	\$ 33,12	\$ 32,83	\$ 16,56	\$ 33,12	\$ 561,40	\$ 6.736,83
<b>TOTALES</b>				\$ 1.595,78		\$ 1.595,78	\$ 1.595,78	\$ 193,89	\$ 132,98	\$ 131,33	\$ 66,49	\$ 132,98	\$ 27.041,44

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

## Costos indirectos de fabricación

- CIF insumos

**Tabla 60** CIF (costos indirectos de fabricación)

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Gas	Unidad	48	\$ 2,50	\$ 120,00
Servilletas	Paquete	314	\$ 0,80	\$ 251,12
Papel Higiénico (pequeño)	Unidad	8280	\$ 0,20	\$ 1.656,00
Papel Higiénico (institucional)	Unidad	48	\$ 2,50	\$ 120,00
Jabón de baño	Unidad	96	\$ 2,00	\$ 192,00
Fundas de basura	Unidad	11880	\$ 0,01	\$ 118,80
Detergente	Kilos	96	\$ 3,20	\$ 307,20
Cloro	Litros	96	\$ 4,00	\$ 384,00
Esponja	Unidad	24	\$ 0,50	\$ 12,00
Lavavajilla	Unidad	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Imprevistos			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.185,12</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

- Resumen costos indirectos de fabricación

**Tabla 61** Resumen de costos indirectos de fabricación

DETALLE	VALOR
Insumos	\$ 4.185,12
Mano de obra indirecta	\$ 27.041,44
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 31.226,56</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

## Gastos

- Gastos Administrativos

**Tabla 62** Gastos servicios básicos

Detalle	Medida	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Agua potable	-	Ilimitada	1	\$ 2,00	\$ 24,00
Energía eléctrica	USD Kw/h	1-300 Superior	500	\$ 0,09	\$ 1.285,71
Internet	Megas	4	1	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono (Movistar)	Minutos	Ilimitado	1	\$ 25,00	\$ 300,00
Diésel			12	\$ 30,00	\$ 360,00
Tv				\$ 20,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 2.509,71</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras



- Gastos de ventas

**Tabla 63** Gastos de ventas

Detalle	Cant	Valor total	Valor diario	Valor mensual	Valor semestral	Valor anual
El Mercurio	2		\$ 70,86			\$ 141,72
Facebook	6			\$ 100,00		\$ 600,00
Afiches	1000	\$ 150,00				\$ 150,00
Vallas Publicitarias	1				\$ 4.900,00	\$ 4.900,00
TV7 Guaranda	3			\$ 70,00		\$ 210,00
Cámara de Turismo de Bolívar	12			\$ 10,00		\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			\$ 70,86	\$ 100,00	\$ 4.900,00	\$ 6.121,72

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

- Resumen de costos y gastos

**Tabla 64** Resumen de costos y gastos

Detalle	Valor
<b>Costos de producción</b>	
Materia prima	\$ 29.056,84
Mano de obra	\$ 20.273,19
Costos indirectos de fabricación	\$ 31.226,56
<b>Gastos</b>	
Gastos administrativos (servicios básicos)	\$ 2.509,71
Gastos de ventas	\$ 6.121,72
<b>TOTAL</b>	\$ 89.188,03

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**CAPÍTULO 3****PROPUESTA FINANCIERA DEL PROYECTO**

El objetivo del estudio financiero es conocer si existe o no factibilidad en el proyecto. Jhonny Meza explica que el estudio financiero es la última etapa, el cual recoge la información proveniente de los estudios de mercado, técnico y organizacional, y cuantifica el monto de las inversiones necesarias para lograr que el proyecto entre en operación (Meza, 2013, pág. 29).

Para desarrollar la propuesta financiera del proyecto, es necesario elaborar un presupuesto de ventas, considerando la capacidad instalada del establecimiento; además se debe revisar las alternativas de financiamiento con sus costos respectivos si se trata de financiamiento ajeno; y, por último, realizar una evaluación financiera, la misma que con la aplicación de algunas ratios, nos permitirá valorar la sostenibilidad del proyecto a futuro.

**3.1 Determinación del precio**

Para determinar el precio de las habitaciones se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos: amenities, costo de mano de obra de la camarera al preparar las distintas habitaciones y del cocinero al preparar los desayunos, el costo de ingredientes del desayuno, los costos indirectos de fabricación; además de revisar los precios de la competencia.

**Habitación Matrimonial****Tabla 65** Costo total de amenities de habitación matrimonial

<b>AMENITIES (Kardex)</b>			
<b>Producto</b>	<b>C.U.</b>	<b>Hab. Matrimonial</b>	<b>Total</b>
Shampoo Fco. Terra de 35ml	\$0,39	2	\$0,78
Jabón de 22 gr Papel Kraft	\$0,26	2	\$0,52
Papel higiénico	\$0,20	1	\$0,20
Funda de basura	\$0,01	1	\$0,01
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,51</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 66** Costos Indirectos de Fabricación de habitación matrimonial

CIF	
Costos y Gastos	Producción
Depreciación	\$1.754,92
Mant Máquinas	\$260,00
Publicidad	\$510,14
Serv Básicos	\$209,14
Gas (MPI)	\$15,63
Intereses préstamo	\$2.354,04
Otros costos y gastos	\$27,00
MOI (MENSUAL)	\$2.253,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.384,32</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 67** Mano de obra directa de habitación matrimonial

MOD	Mensual	Hora	Minuto	x hab
		(/horas efectivas)	(/60)	
Camarera y ama (35min)	\$1.126,46	4,69358333	0,07822639	2,73792361
Cocinero	\$562,97	2,34570833	0,03909514	0,19547569
	\$1.689,43			
<b>CIF</b>		<b>x hab</b>	<b>x día</b>	
CIF Hab	\$7.384,32	321,0573913	10,70191304	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 68** Precio de Habitación Matrimonial

	MPD	MOD	CIF
Habitación	\$1,51	\$2,74	\$10,70
Desayuno	\$ 2,50	\$ 0,20	\$0,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$4,01</b>	<b>\$2,93</b>	<b>\$10,70</b>
		<b>COSTO PRIMO</b>	\$6,94
		<b>COSTO TOTAL</b>	\$17,65
		<b>Imprevistos 5%</b>	\$0,88
		<b>TOTAL</b>	\$18,53
		<b>PVP</b>	<b>\$26,00</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras



## Habitación Doble

**Tabla 69** Costo total de amenities de habitación doble

<b>AMENITIES (Kardex)</b>			
<b>Producto</b>	<b>C.U.</b>	<b>Hab. Matrimonial</b>	<b>Total</b>
Shampoo Fco. Terra de 35ml	\$0,39	2	\$0,78
Jabón de 22 gr Papel Kraft	\$0,26	2	\$0,52
Papel higiénico	\$0,20	1	\$0,20
Funda de basura	\$0,01	1	\$0,01
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,51</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 70** Costos Indirectos de Fabricación de habitación doble

<b>CIF</b>	
<b>Costos y Gastos</b>	<b>Producción</b>
Depreciación	\$1.754,92
Mant Máquinas	\$260,00
Publicidad	\$510,14
Serv Básicos	\$209,14
Gas (MPI)	\$15,63
Intereses préstamo	\$2.354,04
Otros costos y gastos	\$27,00
MOI (MENSUAL)	\$2.253,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.384,32</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 71** Mano de obra directa de habitación doble

<b>MOD</b>	<b>Mensual</b>	<b>Hora</b>	<b>Minuto</b>	<b>x hab</b>
		(/horas efectivas)	(/60)	
Camarera y ama (45min)	\$1.126,46	4,69358333	0,07822639	3,5201875
Cocinero	\$562,97	2,34570833	0,03909514	0,19547569
	\$1.689,43			
<b>CIF</b>		<b>x hab</b>	<b>X día</b>	
CIF Hab	\$7.384,32	321,057391	10,7019130	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras



**Tabla 72** Costo de Habitación Doble

	MPD	MOD	CIF
Habitación	\$ 2,01	\$ 3,52	\$ 0,70
Desayuno	\$ 2,50	\$ 0,20	\$0,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 4,01</b>	<b>\$ 3,72</b>	<b>\$ 10,70</b>
		<b>COSTO PRIMO</b>	\$7,73
		<b>COSTO TOTAL</b>	\$18,43
		<b>Imprevistos 5%</b>	\$0,92
		<b>TOTAL</b>	\$19,35
		<b>PVP</b>	<b>\$36,00</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

### Habitación triple

**Tabla 73** Costo total de amenities de habitación triple

<b>AMENITIES (Kardex)</b>			
Producto	C.U.	Hab. Matrimonial	Total
Shampoo Fco. Terra de 35ml	\$0,39	3	\$1,17
Jabón de 22 gr Papel Kraft	\$0,26	3	\$0,78
Papel higiénico	\$0,20	1	\$0,20
Funda de basura	\$0,01	1	\$0,01
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,16</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 74** Costos Indirectos de Fabricación de habitación triple

<b>CIF</b>	
Costos y Gastos	Producción
Depreciación	\$1.754,92
Mant Máquinas	\$260,00
Publicidad	\$510,14
Serv Básicos	\$209,14
Gas (MPI)	\$15,63
Intereses préstamo	\$2.354,04
Otros costos y gastos	\$27,00
MOI (MENSUAL)	\$2.253,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.384,32</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras





**Tabla 75** Mano de obra directa de habitación triple

MOD	Mensual	Hora	Minuto	x hab
		(/horas efectivas)	(/60)	
Camarera y ama (50min)	\$1.126,46	4,69358333	0,07822639	3,91131944
Cocinero	\$562,97	2,34570833	0,03909514	0,29321354
	\$1.689,43			
CIF		x hab	X día	
CIF Hab	\$7.384,32	321,057391	10,7019130	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 76** Costo de Habitación Triple

	MPD	MOD	CIF
Habitación	\$2,16	\$3,91	\$10,70
Desayuno	\$ 3,75	\$ 0,29	\$0,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$5,91</b>	<b>\$4,20</b>	<b>\$10,70</b>
		<b>COSTO PRIMO</b>	\$10,11
		<b>COSTO TOTAL</b>	\$20,82
		<b>Imprevistos 5%</b>	\$1,04
		<b>TOTAL</b>	\$21,86
		<b>PVP</b>	<b>\$45,00</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

### Habitación Cuádruple

**Tabla 77** Costo total de amenities de habitación cuádruple

AMENITIES (Kardex)			
Producto	C.U.	Hab. Matrimonial	Total
Shampoo Fco. Terra de 35ml	\$0,39	4	\$1,56
Jabón de 22 gr Papel Kraft	\$0,26	4	\$1,04
Papel higiénico	\$0,20	1	\$0,20
Funda de basura	\$0,01	1	\$0,01
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,81</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 78** Costos Indirectos de Fabricación de habitación cuádruple

<b>CIF</b>	
<b>Costos y Gastos</b>	<b>Producción</b>
Depreciación	\$1.754,92
Mant Máquinas	\$260,00
Publicidad	\$510,14
Serv Básicos	\$209,14
Gas (MPI)	\$15,63
Intereses préstamo	\$2.354,04
Otros costos y gastos	\$27,00
MOI (MENSUAL)	\$2.253,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.384,32</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 79** Mano de obra directa de habitación cuádruple

<b>MOD</b>	<b>Mensual</b>	<b>Hora</b>	<b>Minuto</b>	<b>x hab</b>
		(/horas efectivas)	(/60)	
Camarera y ama (55min)	\$1.126,46	4,69358333	0,07822639	4,30245139
Cocinero	\$562,97	2,34570833	0,03909514	0,39095139
	\$1.689,43			
<b>CIF</b>		<b>x hab</b>	<b>x día</b>	
CIF Hab	\$7.384,32	321,057391	10,7019130	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 80** Costo de Habitación Cuádruple

	<b>MPD</b>	<b>MOD</b>	<b>CIF</b>
Habitación	\$2,81	\$4,30	\$10,70
Desayuno	\$ 5,00	\$ 0,39	\$0,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$7,81</b>	<b>\$4,69</b>	<b>\$10,70</b>
		<b>COSTO PRIMO</b>	\$12,50
		<b>COSTO TOTAL</b>	\$23,21
		<b>Imprevistos 5%</b>	\$1,16
		<b>TOTAL</b>	\$24,37
		<b>PVP</b>	<b>\$60,00</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras



## Habitación Múltiple

**Tabla 81** Costo total de amenities de habitación múltiple

<b>AMENITIES (Kardex)</b>			
<b>Producto</b>	<b>C.U.</b>	<b>Hab. Matrimonial</b>	<b>Total</b>
Shampoo Fco. Terra de 35ml	\$0,39	6	\$2,34
Jabón de 22 gr Papel Kraft	\$0,26	6	\$1,56
Papel higiénico	\$0,20	1	\$0,20
Funda de basura	\$0,01	1	\$0,01
<b>TOTAL</b>			<b>\$4,11</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 82** Costos Indirectos de Fabricación de habitación múltiple

<b>CIF</b>	
<b>Costos y Gastos</b>	<b>Producción</b>
Depreciación	\$1.754,92
Mant Máquinas	\$260,00
Publicidad	\$510,14
Serv Básicos	\$209,14
Gas (MPI)	\$15,63
Intereses préstamo	\$2.354,04
Otros costos y gastos	\$27,00
MOI (MENSUAL)	\$2.253,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.384,32</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 83** Mano de obra directa de habitación múltiple

<b>MOD</b>	<b>Mensual</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Minuto</b>	<b>x hab</b>
			(/horas efectivas)	(/60)	
Camarera y ama (65min)	\$1.126,46		4,69358333	0,07822639	5,08471528
Cocinero	\$562,97		2,34570833	0,03909514	0,58642708
	\$1.689,43				
<b>CIF</b>			<b>x hab</b>	<b>x día</b>	
CIF Hab	\$7.384,32		321,057391	10,7019130	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras



**Tabla 84** Costo de Habitación Múltiple

	<b>MPD</b>	<b>MOD</b>	<b>CIF</b>
Habitación	\$4,11	\$5,08	\$10,70
Desayuno	\$ 7,50	\$ 0,59	\$0,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$11,61</b>	<b>\$5,67</b>	<b>\$10,70</b>
		<b>COSTO PRIMO</b>	\$17,28
		<b>COSTO TOTAL</b>	\$27,98
		<b>Imprevistos 5%</b>	\$1,40
		<b>TOTAL</b>	\$29,38
		<b>PVP</b>	<b>\$85,00</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras



### 3.1.1 Presupuesto de ventas anual

**Tabla 85** Presupuesto de ventas anual

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>1.Capacidad Instalada</b>	<b>23</b>	713	644	713	690	713	690	713	713	690	713	690	713	<b>8.395</b>
Habitación Matrimonial	3	93	84	93	90	93	90	93	93	90	93	90	93	<b>1.095</b>
Habitación Doble	4	124	112	124	120	124	120	124	124	120	124	120	124	<b>1.460</b>
Habitación Triple	4	124	112	124	120	124	120	124	124	120	124	120	124	<b>1.460</b>
Habitación Cuádruple	6	186	168	186	180	186	180	186	186	180	186	180	186	<b>2.190</b>
Habitación Múltiple	6	186	168	186	180	186	180	186	186	180	186	180	186	<b>2.190</b>
<b>2. Costo de Ventas</b>	<b>C. U</b>													
Habitación Matrimonial	\$18,53	1.723,29	1.556,52	1.723,29	1.667,70	1.723,29	1.667,70	1.723,29	1.723,29	1.667,70	1.723,29	1.667,70	1.723,29	20.290,35
Habitación Doble	\$19,35	2.399,40	2.167,20	2.399,40	2.322,00	2.399,40	2.322,00	2.399,40	2.399,40	2.322,00	2.399,40	2.322,00	2.399,40	28.251,00
Habitación Triple	\$21,86	2.710,64	2.448,32	2.710,64	2.623,20	2.710,64	2.623,20	2.710,64	2.710,64	2.623,20	2.710,64	2.623,20	2.710,64	31.915,60
Habitación Cuádruple	\$24,37	4.532,82	4.094,16	4.532,82	4.386,60	4.532,82	4.386,60	4.532,82	4.532,82	4.386,60	4.532,82	4.386,60	4.532,82	53.370,30
Habitación Múltiple	\$29,38	3.643,12	4.935,84	5.464,68	5.288,40	5.464,68	5.288,40	5.464,68	5.464,68	5.288,40	5.464,68	5.288,40	5.464,68	62.520,64
<b>3. Precio de Venta</b>	<b>PVU</b>													
Habitación Matrimonial	\$26,00	2.418,00	2.184,00	2.418,00	2.340,00	2.418,00	2.340,00	2.418,00	2.418,00	2.340,00	2.418,00	2.340,00	2.418,00	28.470,00
Habitación Doble	\$36,00	4.464,00	4.032,00	4.464,00	4.320,00	4.464,00	4.320,00	4.464,00	4.464,00	4.320,00	4.464,00	4.320,00	4.464,00	52.560,00
Habitación Triple	\$45,00	5.580,00	5.040,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	65.700,00
Habitación Cuádruple	\$60,00	11.160,00	10.080,00	11.160,00	10.800,00	11.160,00	10.800,00	11.160,00	11.160,00	10.800,00	11.160,00	10.800,00	11.160,00	131.400,00
Habitación Múltiple	\$85,00	15.810,00	14.280,00	15.810,00	15.300,00	15.810,00	15.300,00	15.810,00	15.810,00	15.300,00	15.810,00	15.300,00	15.810,00	186.150,00

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

### 3.1.2 Depreciaciones

**Tabla 86** Depreciación anual

DETALLE	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL Años	DEPRECIACIÓN
Terreno	0.00		
Infraestructura	\$ 302.495,00	20	\$ 15.124,75
Maquinaria y equipos	\$ 24.812,23	10	\$ 2.481,22
Muebles y enseres	\$ 28.218,01	10	\$ 2.821,80
Equipo de computación	\$ 3.156,02	3	\$ 1.052,01
Suministros de oficina	\$ 60,93		
Menaje	\$ 8.182,35		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 366.924,54</b>		<b>\$ 21.058,98</b>

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

**Tabla 87** Depreciación durante 15 años

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	año 15
Infraestructura	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75	15124,75
Maquinaria y equipos	2481,22	2481,22	2481,22	2481,22	2481,22	2481,22	2481,22	2481,22	2481,22	2481,22	
Muebles y enseres	2821,80	2821,80	2821,80	2821,80	2821,80	2821,80	2821,80	2821,80	2821,80	2821,80	
Equipo de computación	631,20	631,20	631,20	631,20	631,20						
total	21058,98	21058,98	21058,98	21058,98	21058,98	20427,77	20427,77	20427,77	20427,77	20427,77	15124,75

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

### 3.2 Fuentes de financiamiento

De las opciones mencionadas en el capítulo anterior, se ha considerado realizar un crédito comercial Pymes en el Banco del Pichincha, debido a que el socio mantiene una cuenta en tal entidad y existe un avalúo de la propiedad realizado por la misma, para hipoteca, de tal manera se detalla a continuación los requisitos necesarios para realizar dicho préstamo durante el periodo deseado de 5 años.

Según el Banco del Pichincha los requisitos para adquirir el crédito son:

- ✓ Solicitud de crédito completa.
- ✓ Copia legible de cédula de identidad y papeleta de votación.
- ✓ Referencias bancarias.
- ✓ Escritura del terreno a hipotecar.



- ✓ Declaración del Impuesto a la Renta de los tres últimos años o carta que indique que no tiene declaraciones.
- ✓ Copias de impuestos prediales y/o copias de matrículas de vehículos en caso de poseerlos.
- ✓ Copia de contratos de arrendamiento notariados y copia del pago del impuesto predial de los inmuebles arrendados en caso de tenerlos.
- ✓ Seguro de desgravamen obligatorio: aplica a deudor y codeudor, y cónyuges y seguro de incendio y terremoto obligatorio (2019).

### 3.2.1 Estructura de Financiamiento

La inversión inicial permite cubrir la compra de activos fijos necesarios para empezar a operar la hostería, el mismo que será financiado en un 73,79% por un préstamo bancario y 26% con aporte del dueño.

**Tabla 88** Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
Inversión inicial	\$ 366.924,54
Aporte dueño	\$ 96.174,54
IFI (Instituciones Financieras)	\$ 270.750,00

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

**Tabla 89** Estructura de Financiamiento

	Inflación	Rendimiento	F*I	TMAR
Inversionista	0,19%	15,00%	0,03%	15,22%
Institución Financiera		11,23%		11,23%
	Aportación	%	TMAR	Ponderación
Dueño	\$96.174,54	26%	15,22%	3,99%
IFI	\$270.750,00	73,79%	11,23%	8,29%
TOTAL	\$366.924,54	100%	26%	12,28%

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

La TMAR (tasa mixta) fue calculada en base a la inflación anual del mes de abril de 2019 y el rendimiento esperado por los socios es del 15%, además se tomó en cuenta el costo del préstamo.



### 3.2.2 Análisis de financiamiento

**Tabla 90** Crédito Banco del Pichincha

Descripción	Cantidad	Interés mensual	Tiempo en años
Valor Actual	<b>\$270.750,00</b>		
Interés Anual	11,23%	0,94%	
Cuota	\$5.917,86		
Tiempo meses	60		5

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

**Tabla 91** Tabla de Amortización

N°	Capital	Interés	Cuota	Pago Cap	Saldo
1	\$270.750,00	\$2.533,77	\$5.917,86	\$3.384,10	\$267.365,90
2	\$267.365,90	\$2.502,10	\$5.917,86	\$3.415,77	\$263.950,14
3	\$263.950,14	\$2.470,13	\$5.917,86	\$3.447,73	\$260.502,41
4	\$260.502,41	\$2.437,87	\$5.917,86	\$3.480,00	\$257.022,41
5	\$257.022,41	\$2.405,30	\$5.917,86	\$3.512,56	\$253.509,85
6	\$253.509,85	\$2.372,43	\$5.917,86	\$3.545,43	\$249.964,41
7	\$249.964,41	\$2.339,25	\$5.917,86	\$3.578,61	\$246.385,80
8	\$246.385,80	\$2.305,76	\$5.917,86	\$3.612,10	\$242.773,70
9	\$242.773,70	\$2.271,96	\$5.917,86	\$3.645,91	\$239.127,79
10	\$239.127,79	\$2.237,84	\$5.917,86	\$3.680,03	\$235.447,76
11	\$235.447,76	\$2.203,40	\$5.917,86	\$3.714,47	\$231.733,30
12	\$231.733,30	\$2.168,64	\$5.917,86	\$3.749,23	\$227.984,07
13	\$227.984,07	\$2.133,55	\$5.917,86	\$3.784,31	\$224.199,76
14	\$224.199,76	\$2.098,14	\$5.917,86	\$3.819,73	\$220.380,03
15	\$220.380,03	\$2.062,39	\$5.917,86	\$3.855,47	\$216.524,55
16	\$216.524,55	\$2.026,31	\$5.917,86	\$3.891,56	\$212.633,00
17	\$212.633,00	\$1.989,89	\$5.917,86	\$3.927,97	\$208.705,02
18	\$208.705,02	\$1.953,13	\$5.917,86	\$3.964,73	\$204.740,29
19	\$204.740,29	\$1.916,03	\$5.917,86	\$4.001,84	\$200.738,45
20	\$200.738,45	\$1.878,58	\$5.917,86	\$4.039,29	\$196.699,17
21	\$196.699,17	\$1.840,78	\$5.917,86	\$4.077,09	\$192.622,08
22	\$192.622,08	\$1.802,62	\$5.917,86	\$4.115,24	\$188.506,83
23	\$188.506,83	\$1.764,11	\$5.917,86	\$4.153,75	\$184.353,08
24	\$184.353,08	\$1.725,24	\$5.917,86	\$4.192,63	\$180.160,45
25	\$180.160,45	\$1.686,00	\$5.917,86	\$4.231,86	\$175.928,59
26	\$175.928,59	\$1.646,40	\$5.917,86	\$4.271,47	\$171.657,12
27	\$171.657,12	\$1.606,42	\$5.917,86	\$4.311,44	\$167.345,68
28	\$167.345,68	\$1.566,08	\$5.917,86	\$4.351,79	\$162.993,90
29	\$162.993,90	\$1.525,35	\$5.917,86	\$4.392,51	\$158.601,38
30	\$158.601,38	\$1.484,24	\$5.917,86	\$4.433,62	\$154.167,76
31	\$154.167,76	\$1.442,75	\$5.917,86	\$4.475,11	\$149.692,65
32	\$149.692,65	\$1.400,87	\$5.917,86	\$4.516,99	\$145.175,66
33	\$145.175,66	\$1.358,60	\$5.917,86	\$4.559,26	\$140.616,40
34	\$140.616,40	\$1.315,94	\$5.917,86	\$4.601,93	\$136.014,47
35	\$136.014,47	\$1.272,87	\$5.917,86	\$4.645,00	\$131.369,47
36	\$131.369,47	\$1.229,40	\$5.917,86	\$4.688,47	\$126.681,01





37	\$126.681,01	\$1.185,52	\$5.917,86	\$4.732,34	\$121.948,67
38	\$121.948,67	\$1.141,24	\$5.917,86	\$4.776,63	\$117.172,04
39	\$117.172,04	\$1.096,54	\$5.917,86	\$4.821,33	\$112.350,71
40	\$112.350,71	\$1.051,42	\$5.917,86	\$4.866,45	\$107.484,26
41	\$107.484,26	\$1.005,87	\$5.917,86	\$4.911,99	\$102.572,27
42	\$102.572,27	\$959,91	\$5.917,86	\$4.957,96	\$97.614,31
43	\$97.614,31	\$913,51	\$5.917,86	\$5.004,36	\$92.609,95
44	\$92.609,95	\$866,67	\$5.917,86	\$5.051,19	\$87.558,76
45	\$87.558,76	\$819,40	\$5.917,86	\$5.098,46	\$82.460,30
46	\$82.460,30	\$771,69	\$5.917,86	\$5.146,17	\$77.314,13
47	\$77.314,13	\$723,53	\$5.917,86	\$5.194,33	\$72.119,80
48	\$72.119,80	\$674,92	\$5.917,86	\$5.242,94	\$66.876,85
49	\$66.876,85	\$625,86	\$5.917,86	\$5.292,01	\$61.584,85
50	\$61.584,85	\$576,33	\$5.917,86	\$5.341,53	\$56.243,31
51	\$56.243,31	\$526,34	\$5.917,86	\$5.391,52	\$50.851,79
52	\$50.851,79	\$475,89	\$5.917,86	\$5.441,98	\$45.409,82
53	\$45.409,82	\$424,96	\$5.917,86	\$5.492,90	\$39.916,91
54	\$39.916,91	\$373,56	\$5.917,86	\$5.544,31	\$34.372,60
55	\$34.372,60	\$321,67	\$5.917,86	\$5.596,19	\$28.776,41
56	\$28.776,41	\$269,30	\$5.917,86	\$5.648,57	\$23.127,84
57	\$23.127,84	\$216,44	\$5.917,86	\$5.701,43	\$17.426,42
58	\$17.426,42	\$163,08	\$5.917,86	\$5.754,78	\$11.671,63
59	\$11.671,63	\$109,23	\$5.917,86	\$5.808,64	\$5.863,00
60	\$5.863,00	\$54,87	\$5.917,86	\$5.863,00	\$0,00

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

**Tabla 92** Resumen por año

	Capital	Interés	Cuota	Pago Capital
<b>año1</b>	\$270.750,00	\$28.248,44	\$71.014,37	\$42.765,93
<b>año2</b>	\$227.984,07	\$23.190,76	\$71.014,37	\$47.823,62
<b>año3</b>	\$180.160,45	\$17.534,93	\$71.014,37	\$53.479,44
<b>año4</b>	\$126.681,01	\$11.210,22	\$71.014,37	\$59.804,16
<b>año5</b>	\$66.876,85	\$4.137,52	\$71.014,37	\$66.876,85

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

### 3.3 Evaluación financiera

La evaluación financiera determina la factibilidad del proyecto.

### 3.3.1 Datos de crecimiento de Inflación

**Tabla 93** Datos de crecimiento de inflación

	<b>SBU</b>	<b>INCREMENTO</b>	<b>PROMEDIO</b>
<b>2016</b>	366		
<b>2017</b>	375	0,024590164	
<b>2018</b>	386	0,029333333	
<b>2019</b>	394	0,020725389	0,02488296
<b>Inflación según el banco central del ecuador (abril2019)</b>			
Inflación anual		0,19%	
Restaurantes y hoteles		0,15%	
Alimentos y bebidas no alcohólicas		0,33%	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

### 3.3.2 Balance General

**Tabla 94** Balance General

<b>Balance General Inicial</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>Activo corriente</b>		<b>Pasivo no corriente</b>	
<b>Efectivo y equivalentes del efectivo</b>	\$ 0.00	<b>Cuentas y doc por pag L/P</b>	\$ 270.750,00
Bancos	\$ 0.00	Ctas x pag Bco Pichincha	\$ 270.750,00
<b>Inventarios</b>	\$ 60,93	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 270.750,00</b>
Inventario de suministros de oficina	\$ 60,93	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>Activo no corriente</b>		<b>Capital</b>	\$ 526.174,54
<b>Propiedad planta y equipo</b>	\$ 796.863,61	Capital suscrito	\$ 526.174,54
Terreno	\$ 430.000,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	
Edificio	\$ 302.495,00	<b>\$ 526.174,54</b>	
Maquinaria y equipo	\$ 24.812,23	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	
Muebles y enseres	\$ 28.218,01	<b>\$ 796.924,54</b>	
Menaje y lencería	\$ 8.182,35		
Equipo de computación	\$ 3.156,02		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 796.924,54</b>		

**Nota:** Elaboración propia de las autoras

### 3.3.3 Estado de resultados proyectado

**Tabla 95** Ventas por habitación de hotel competencia.

<b>HOTEL COMPETENCIA VENTAS X HAB.</b>						
<b>Tipo de hab.</b>	<b>Matrimonial</b>	<b>Doble</b>	<b>Triple</b>	<b>Cuádruple</b>	<b>Múltiple</b>	<b>N° Hab. vendidas</b>
<b>Julio</b>	19	120	40	20	16	215
<b>Agosto</b>	17	110	32	18	12	189
<b>Septiembre</b>	4	25	6	3	3	39
<b>Octubre</b>	4	20	6	4	2	36
<b>Noviembre</b>	4	21	6	5	2	37
<b>Diciembre</b>	4	23	5	4	1	37
<b>Enero</b>	5	26	8	5	3	46
<b>Febrero</b>	22	96	28	17	12	175
<b>Marzo</b>	5	21	7	3	4	39
<b>Abril</b>	3	23	10	3	2	41
<b>Mayo</b>	5	28	11	5	3	50
<b>Junio</b>	25	150	55	22	19	271
<b>Total</b>						1174

**Nota:** Elaboración propia.



Tabla 96 Ventas por persona hotel competencia

HOTEL COMPETENCIA VENTAS X PERSONA							
Tipo de hab.	Matrimonial	Doble	Triple	Cuádruple	Múltiple	Pax. Vendidas	% de ventas
Julio	38	240	120	80	96	574	0,18598623
Agosto	34	220	96	72	72	494	0,1600648
Septiembre	8	50	17	10	15	99	0,03207776
Octubre	7	40	19	16	12	94	0,03037667
Noviembre	8	43	17	18	12	97	0,03142973
Diciembre	9	45	15	15	8	91	0,02948562
Enero	10	51	23	18	20	121	0,03904415
Febrero	44	192	84	68	72	460	0,1490482
Marzo	10	43	20	10	21	103	0,03337384
Abril	5	46	30	13	14	108	0,03483192
Mayo	10	55	32	18	15	130	0,04196031
Junio	50	300	165	88	114	717	0,23232078
TOTAL	232	1324	635	426	470	3086	
% X TIPO DE HAB.	0,0750101	0,4289996	0,2058323	0,1380316	0,1521264		
	115,75	662	211,75	106,5	78,25		

Nota: Elaboración propia.



Tabla 97 Pernoctación de turistas en Simiatug

Pernoctación de turistas en Simiatug			
Visitantes Salinas año 2018			19000
	% VENTAS Comp.	N° PAX PERNOCTAN	% PAX PERNOCTAN
Julio	0,185986229	3534	0,211164474
Agosto	0,160064804	3041	0,211164474
Septiembre	0,032077764	609	0,211164474
Octubre	0,030376671	577	0,211164474
Noviembre	0,031429729	597	0,211164474
Diciembre	0,029485622	560	0,211164474
Enero	0,039044147	742	0,211164474
Febrero	0,149048198	2832	0,211164474
Marzo	0,033373836	634	0,211164474
Abril	0,034831916	662	0,211164474
Mayo	0,041960308	797	0,211164474
Junio	0,232320778	4414	0,211164474
		19000	

**Nota:** Elaboración propia.



**Tabla 98** Proyecciones de ventas por persona de Hostería Samanaraymi.

<b>Proyecciones de ventas x pax hostería Samanaraymi</b>															
<b>Visitantes Salinas</b>	<b>19000</b>	<b>19029</b>	<b>19057</b>	<b>19086</b>	<b>19114</b>	<b>19143</b>	<b>19172</b>	<b>19200</b>	<b>19229</b>	<b>19258</b>	<b>19287</b>	<b>19316</b>	<b>19345</b>	<b>19374</b>	<b>19403</b>
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>	<b>Año 11</b>	<b>Año 12</b>	<b>Año 13</b>	<b>Año 14</b>	<b>Año 15</b>
<b>Julio</b>	746	747	748	750	751	752	753	754	755	756	757	759	760	761	762
<b>Agosto</b>	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656
<b>Septiembre</b>	129	129	129	129	129	130	130	130	130	130	131	131	131	131	131
<b>Octubre</b>	122	122	122	122	123	123	123	123	123	124	124	124	124	124	124
<b>Noviembre</b>	126	126	126	127	127	127	127	127	128	128	128	128	128	129	129
<b>Diciembre</b>	118	118	119	119	119	119	119	120	120	120	120	120	120	121	121
<b>Enero</b>	157	157	157	157	158	158	158	158	159	159	159	159	159	160	160
<b>Febrero</b>	598	599	600	601	602	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611
<b>Marzo</b>	134	134	134	135	135	135	135	135	136	136	136	136	136	137	137
<b>Abril</b>	140	140	140	140	141	141	141	141	141	142	142	142	142	142	143
<b>Mayo</b>	168	169	169	169	169	170	170	170	170	171	171	171	171	172	172
<b>Junio</b>	932	933	935	936	938	939	941	942	943	945	946	948	949	950	952
<b>Total</b>	4012	4018	4024	4030	4036	4042	4048	4054	4061	4067	4073	4079	4085	4091	4097

**Nota:** Elaboración propia.



**Tabla 99** Proyecciones de ventas por habitaciones Hostería Samanaraymi.

Proyecciones de ventas x hab. hostería Samanaraymi															
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15
<b>Matrimonial</b>	301	301	302	302	303	303	304	304	305	305	305	306	306	307	307
<b>Doble</b>	1721	1724	1726	1729	1732	1734	1737	1739	1742	1745	1747	1750	1752	1755	1758
<b>Triple</b>	826	827	828	830	831	832	833	835	836	837	838	840	841	842	843
<b>Cuádruple</b>	554	555	555	556	557	558	559	560	560	561	562	563	564	565	566
<b>Múltiple</b>	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	620	621	622	623
<b>Total</b>	4012	4018	4024	4030	4036	4042	4048	4054	4061	4067	4073	4079	4085	4091	4097

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

**Tabla 100** Proyecciones de ingresos por habitaciones.

Proyecciones de ingresos x hab.															
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15
<b>M</b>	7824,7	7836,4	7848,2	7860,0	7871,8	7883,6	7895,4	7907,2	7919,1	7931,0	7942,9	7954,8	7966,7	7978,7	7990,6
<b>D</b>	61963,2	62056,1	62149,2	62242,5	62335,8	62429,3	62523,0	62616,7	62710,7	62804,7	62898,9	62993,3	63087,8	63182,4	63277,2
<b>T</b>	37162,1	37217,9	37273,7	37329,6	37385,6	37441,7	37497,8	37554,1	37610,4	37666,8	37723,3	37779,9	37836,6	37893,3	37950,2
<b>C</b>	33228,0	33277,8	33327,8	33377,8	33427,8	33478,0	33528,2	33578,5	33628,8	33679,3	33729,8	33780,4	33831,1	33881,8	33932,6
<b>M</b>	51879,8	51957,6	52035,5	52113,6	52191,7	52270,0	52348,4	52426,9	52505,6	52584,3	52663,2	52742,2	52821,3	52900,6	52979,9
<b>Tot al</b>	192057,78	192345,86	192634,38	192923,33	193212,72	193502,54	193792,79	194083,48	194374,60	194666,17	194958,17	195250,60	195543,48	195836,79	196130,55

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.



**Tabla 101** Estado de resultados proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15
Ingresos	192.057,78	192.345,86	192.634,38	192.923,33	193.212,72	193.502,54	193.792,79	194.083,48	194.374,60	194.666,17	194.958,17	195.250,60	195.543,48	195.836,79	196.130,55
Costo de ventas	80.556,60	81.216,27	81.888,93	82.574,88	83.274,45	83.987,96	84.715,76	85.458,19	86.215,60	86.988,36	87.776,83	88.581,41	89.402,48	90.240,44	91.095,71
Materia prima	29.056,84	29.152,73	29.248,93	29.345,45	29.442,29	29.539,45	29.636,93	29.734,74	29.832,86	29.931,31	30.030,08	30.129,18	30.228,61	30.328,36	30.428,45
Mano de obra	20.273,19	20.777,65	21.294,66	21.824,53	22.367,59	22.924,17	23.494,59	24.079,20	24.678,36	25.292,43	25.921,78	26.566,80	27.227,86	27.905,37	28.599,73
CIF	31.226,56	31.285,89	31.345,34	31.404,89	31.464,56	31.524,35	31.584,24	31.644,25	31.704,38	31.764,61	31.824,97	31.885,43	31.946,02	32.006,71	32.067,53
Utilidad bruta en ventas	111.501,18	111.129,59	110.745,45	110.348,45	109.938,27	109.514,57	109.077,03	108.625,29	108.159,00	107.677,81	107.181,33	106.669,19	106.141,00	105.596,35	105.034,84
Gastos Administrativos	2.509,71	2.514,48	2.519,26	2.524,05	2.528,84	2.533,65	2.538,46	2.543,28	2.548,12	2.552,96	2.557,81	2.562,67	2.567,54	2.572,42	2.577,30
Gastos de ventas	6.121,72	6.133,35	6.145,00	6.156,68	6.168,38	6.180,10	6.191,84	6.203,60	6.215,39	6.227,20	6.239,03	6.250,89	6.262,76	6.274,66	6.286,58
Depreciaciones	21.058,98	21.058,98	21.058,98	21.058,98	21.058,98	20.427,77	20.427,77	20.427,77	20.427,77	20.427,77	15.124,75	15.124,75	15.124,75	15.124,75	15.124,75
Utilidad operacional	81.810,76	81.422,78	81.022,21	80.608,74	80.182,07	80.373,05	79.918,95	79.450,63	78.967,72	78.469,88	83.259,74	82.730,89	82.185,95	81.624,52	81.046,20
Gastos financieros	28.248,44	23.190,76	17.534,93	11.210,22	4.137,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de participación empleados e impuestos	53.562,32	58.232,02	63.487,28	69.398,53	76.044,55	80.373,05	79.918,95	79.450,63	78.967,72	78.469,88	83.259,74	82.730,89	82.185,95	81.624,52	81.046,20
15% participación empleados	8.034,35	8.734,80	9.523,09	10.409,78	11.406,68	12.055,96	11.987,84	11.917,59	11.845,16	11.770,48	12.488,96	12.409,63	12.327,89	12.243,68	12.156,93
Utilidad antes de impuestos	45.527,97	49.497,22	53.964,19	58.988,75	64.637,87	68.317,09	67.931,11	67.533,03	67.122,56	66.699,39	70.770,78	70.321,25	69.858,06	69.380,84	68.889,27
Impuesto a la Renta 35%	15.934,79	17.324,03	18.887,47	20.646,06	22.623,25	23.910,98	23.775,89	23.636,56	23.492,90	23.344,79	24.769,77	24.612,44	24.450,32	24.283,30	24.111,25
Utilidad neta del ejercicio	29.593,18	32.173,19	35.076,72	38.342,69	42.014,61	44.406,11	44.155,22	43.896,47	43.629,67	43.354,61	46.001,01	45.708,81	45.407,74	45.097,55	44.778,03
Depreciaciones	21.058,98	21.058,98	21.058,98	21.058,98	21.058,98	20.427,77	20.427,77	20.427,77	20.427,77	20.427,77	15.124,75	15.124,75	15.124,75	15.124,75	15.124,75
Inversión inicial	-366924,54														
Flujo de efectivo	-366924,54	50.652,16	53.232,17	56.135,70	59.401,66	63.073,59	64.833,89	64.583,00	64.324,25	64.057,44	63.782,38	61.125,76	60.833,56	60.532,49	59.902,78
RECUPERACIÓN	-316.272,38	-263.040,21	-206.904,51	-147.502,85	-84.429,26	-19.595,37	44.987,62	109.311,87	173.369,31	237.151,69	298.277,45	359.111,01	419.643,50	479.865,80	539.768,57

**Nota:** Elaboración propia de las autoras



### 3.3.4 Determinación de costos fijos y costos variables

**Tabla 102** Determinación de costos fijos y costos variables

<b>Costos fijos</b>			
Mano Obra	\$ 20.273,19		
Mano de obra indirecta	\$ 27.041,44		
Gastos administrativos(excepto luz y diésel)	\$ 864,00		
Gastos de ventas	\$ 6.121,72		
Gastos financieros	\$ 28.248,44		
Gastos de depreciación	\$ 21.058,98		
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 103.607,78</b>		
<b>Costos variables</b>		<b>CVU</b>	
Materia prima	\$ 29.056,84	\$ 7,63	
cif (insumos)	\$ 4.185,12	\$ 1,10	
Luz y diésel	\$ 1.645,71	\$ 0,43	
<b>Total costos variables</b>	<b>\$ 34.887,68</b>	<b>\$ 9,16</b>	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

### 3.3.5 Punto de equilibrio

**Tabla 103** Punto de equilibrio

		PVP	Q
Ventas	\$ 192.057,78	\$ 50,40	\$ 3.810,67
Costos fijos	\$ 103.607,78		
costos variables	\$ 34.887,68		
punto de equilibrio q	\$ 2.512,02		
punto de equilibrio \$	\$ 126.606,01		

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

**Tabla 104** Resultados de punto de equilibrio

Ventas	<b>\$ 126.606,01</b>
-C. variables	\$ 22.998,23
Margen de contribución	\$ 103.607,78
-C. fijo	\$ 103.607,78
Utilidad	\$ 0,00

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

Con el punto de equilibrio podemos observar que para recuperar los costos y gastos tomando en cuenta un precio promedio de \$50,40 se requiere obtener ventas de \$126.606,01 anuales, para no generar pérdidas ni ganancias.

### 3.3.6 Periodo de Recuperación de Inversión (PRI)

Mediante la aplicación de este método se puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta, es decir, en cuantos años los flujos de efectivo igualarán el monto de la inversión anual

La fórmula que se utiliza para calcular el periodo de recuperación es la siguiente:

$$\text{Tiempo de recuperación} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo neto de efectivo}}$$

**Tabla 105** Periodo de recuperación de Inversión

Año anterior a la recuperación	<b>6</b>
Inversión Inicial	\$ 366.924,54
Flujo de efectivo anterior	\$ 64.833,89
Flujo de efectivo del año de recuperación	\$ 64.583,00

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

$$\text{Años} = \text{Año de recuperación} + \frac{(\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo de efectivo anterior})}{\text{Flujo de efectivo del año de recuperación}}$$

$$\text{Años} = 6 + \frac{(366.924,54 - 64.833,89)}{64.583,00} = 10.68$$

$$\text{Meses} = (10.68 - 10) \times 12 = 8.16$$

$$\text{Días} = (8.16 - 8) \times 30 = 3.92$$

**Tabla 106** Resultados de periodo de recuperación

Periodo de recuperación	<b>10 años 8 meses 4 días</b>	
<b>AÑOS</b>	10.68	10
<b>MESES</b>	8.16	8
<b>DIAS</b>	3.92	4

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

Con el periodo de recuperación se observa que la inversión inicial se recuperará en 10 años 8 meses 4 días.



### 3.3.7 Valor Actual Neto (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originado por una inversión. Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos o la inversión inicial (Córdoba, 2013).

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+K)^1} + \frac{Q_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+K)^n}$$

**Siendo:**

Q1, Q2... Qn: Los flujos de caja (cobros – pagos)

K: Tasa de descuento seleccionada

A: Desembolso Inicial

**Tabla 107** Datos para el VAN

N	A	Q	K
Año 1	\$366.924,54	\$ 50.652,16	12.28%
Año 2		\$ 53.232,17	
Año 3		\$ 56.135,70	
Año 4		\$ 59.401,66	
Año 5		\$ 63.073,59	
Año 6		\$ 64.833,89	
Año 7		\$ 64.583,00	
Año 8		\$ 64.324,25	
Año 9		\$ 64.057,44	
Año 10		\$ 63.782,38	
Año 11		\$ 61.125,76	
Año 12		\$ 60.833,56	
Año 13		\$ 60.532,49	
Año 14		\$ 60.222,30	
Año 15		\$ 59.902,78	

**Nota:** Elaboración propia de las autoras.

$$\begin{aligned} VAN = & -366924,54 + \left( \frac{50.652,16}{(1 + 0,1228)^1} \right) + \left( \frac{53.232,17}{(1 + 0,1228)^2} \right) + \left( \frac{56.135,70}{(1 + 0,1228)^3} \right) \\ & + \left( \frac{59.401,66}{(1 + 0,1228)^4} \right) + \left( \frac{63.073,59}{(1 + 0,1228)^5} \right) + \left( \frac{64.833,89}{(1 + 0,1228)^6} \right) \\ & + \left( \frac{64.583,00}{(1 + 0,1228)^7} \right) + \left( \frac{64.324,25}{(1 + 0,1228)^8} \right) + \left( \frac{64.057,44}{(1 + 0,1228)^9} \right) \\ & + \left( \frac{63.782,38}{(1 + 0,1228)^{10}} \right) + \left( \frac{61.125,76}{(1 + 0,1228)^{11}} \right) + \left( \frac{60.833,56}{(1 + 0,1228)^{12}} \right) \\ & + \left( \frac{60.532,49}{(1 + 0,1228)^{13}} \right) + \left( \frac{60.222,30}{(1 + 0,1228)^{14}} \right) + \left( \frac{59.902,78}{(1 + 0,1228)^{15}} \right) \end{aligned}$$

$$VAN = \$30.160,33$$

### 3.3.8 Razón Beneficio Costo (RBC)

La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto (Córdoba, 2013).

$$RBC = \frac{\text{flujos de efectivo}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$RBC = \frac{906.693,115}{366.924,54}$$

$$RBC = 2,47$$

La relación costo - beneficio indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto se obtendrá una ganancia o utilidad de \$2,47 lo cual indica que el proyecto es rentable

**3.3.9 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil (Córdoba, 2013).

$$TIR = VAN = -A + \frac{Qn}{(1+i)^n}$$

Siendo:

Qn: Flujo de efectivos anuales

i: Interés

n: Número de años

***VAN al 12.28% = \$30.160,33***

$$\begin{aligned} VAN = & -366924,54 + \left( \frac{50.652,2}{(1+0,13)^1} \right) + \left( \frac{53.232,2}{(1+0,13)^2} \right) + \left( \frac{56.135,7}{(1+0,13)^3} \right) \\ & + \left( \frac{59.401,7}{(1+0,13)^4} \right) + \left( \frac{63.073,6}{(1+0,13)^5} \right) + \left( \frac{64.833,9}{(1+0,13)^6} \right) + \left( \frac{64.583,0}{(1+0,13)^7} \right) \\ & + \left( \frac{64.324,3}{(1+0,13)^8} \right) + \left( \frac{64.057,4}{(1+0,13)^9} \right) + \left( \frac{63.782,4}{(1+0,13)^{10}} \right) + \left( \frac{61.125,8}{(1+0,13)^{11}} \right) \\ & + \left( \frac{60.833,6}{(1+0,13)^{12}} \right) + \left( \frac{60.532,5}{(1+0,13)^{13}} \right) + \left( \frac{60.222,3}{(1+0,13)^{14}} \right) + \left( \frac{59.902,8}{(1+0,13)^{15}} \right) \end{aligned}$$

$$VAN = 14.849,29$$

$$VAN \text{ al } 12.28\% = 30.160,33$$

$$VAN \text{ al } 13\% = 14.849,29$$

$$13\% * 30.160,33 = 3920.8429$$

$$\underline{12.28\% * 14.849,29 = 1823.4928}$$

$$45009.62 = 5744.3357$$

$$VAN = \frac{5744.3357}{45009.62} = 0,14$$

$$TIR = 0,14 * 100 = 14\%$$



## **Conclusiones**

En el estudio de mercado se determinó que del total de las personas encuestadas el 97% de los turistas nacionales y el 93% de los turistas extranjeros les agradaría visitar una hostería en Simiatug, además indica la aceptación que tendría la misma en la parroquia estableciendo que el 99% de los habitantes les agradaría encontrar un establecimiento que brinde actividades de entretenimiento.

Además, por medio de las encuestas se determinó las posibles actividades e instalaciones que puede brindar el establecimiento como: cancha de fútbol, vóley, piscina, salón de eventos, caminatas, cabalgatas y camping.

Para determinar las tarifas de las habitaciones se tomó como referencia que el 53% de turistas nacionales se encuentran dispuestos a pagar de \$15,00 a \$20,00, mientras que el 67% de extranjeros pagaría de \$21,00 a \$25,00.

Según las encuestas realizadas a turistas se determinó el perfil del cliente de la hostería indicando que el motivo de su visita a la parroquia es para conocer lugares y descansar.

“Hostería Samanaraymi” puede ser constituida legalmente como persona natural y regirse a las normas y reglamentos de la República del Ecuador.

En el estudio técnico se determinó el personal adecuado para el funcionamiento de la hostería que consta de siete colaboradores, además se estableció la capacidad diseñada de “Samanaraymi”, la cual será de 31.390 huéspedes por año, distribuidos en el área de hospedaje.

La parroquia Simiatug no cuenta con un registro de visitantes, de tal manera se consideró los datos de la parroquia Salinas para realizar los diferentes cálculos debido a que en el año 2018 acogió a 19000 turistas entre nacionales y extranjeros.

La inversión requerida para la puesta en marcha de la hostería es de \$366.924,54 de los cuales será el 26% aporte del propietario del terreno y el 73.79% financiado con un crédito bancario.



En la evaluación financiera de la hostería Samanaraymi se determinó que al implementarse el proyecto con financiamiento, logrará una mayor rentabilidad, obteniendo los siguientes resultados en los indicadores financieros: PRI determinó que la inversión inicial se recuperará en 10 años 8 meses 4 días, es decir, retornará dentro de la vida útil del proyecto; VAN \$30.160,33; TIR 14%; relación B/C \$2.47 la cual indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto se obtendrá una ganancia o utilidad de \$2.47 en el que señala que el proyecto es rentable.

El desarrollo del presente proyecto brinda una oportunidad turística para las personas de Simiatug, ya que quienes tengan la oportunidad de visitar la parroquia, tendrán un lugar adecuado para alojarse con actividades de recreación y estar en contacto con la naturaleza.



## **Recomendaciones**

Ejecutar el proyecto ya que en base al estudio realizado se considera factible la implementación de la hostería Samanaraymi.

Ofrecer un servicio de calidad que cumpla con los requerimientos de los turistas y les permita percibir el precio que pagan por los servicios recibidos.

Preparar los requisitos necesarios para acceder al crédito bancario que se presenta en este documento.

Desarrollar estrategias que permitan promover y fomentar la difusión de la hostería mediante medios de comunicación, redes sociales, OTAs y trabajar en conjunto con el Itur de Guaranda y la cámara de turismo de Bolívar con el fin de incentivar.

Aprovechar la oportunidad de que el Municipio de Guaranda y el Itur están fomentando los atractivos turísticos de Simiatug y se considera necesario un establecimiento que brinde alojamiento para los turistas.

Crear vínculos con el Itur de Guaranda que ofrece viajes gratuitos a viajeros por medio del ferri turístico, y puedan visitar la parroquia de Simiatug y por ende la hostería.

Dialogar con la junta parroquial de Simiatug para implementar alumbrado público en varias zonas de la parroquia.

Crear convenios con el Centro de Turismo Comunitario de Salinas y ofertar las promociones de ventas que están detalladas en el presente estudio para que incluyan a la hostería en sus paquetes turísticos.

Manejar un registro de huéspedes y turistas que visitan la parroquia y la hostería, y con la Junta parroquial incentivar a que haya una oficina de información turística en la zona.

Considerar el crédito que ofrece la CFN a una tasa de interés nominal de 8.95% y tasa efectiva a 9.33%, a un plazo de 60 meses, dando un interés total de \$66075.41, a diferencia del Banco de Pichincha que su tasa de interés nominal





## Universidad de Cuenca

es de 11.23% y tasa efectiva de 10.43% a un plazo de 60 meses, dando un interés total de \$84321,87. (Ver anexo 15 y 16).



## Bibliografía

- Asociación de Turismo de Simiatug y al Pueblo de Tingo. (23 de Septiembre de 2010). *El Tingo*. Obtenido de <https://tingosimiatug.blogspot.com/>
- Ayme, H. (18 de Febrero de 2013). *El Tingo*. Obtenido de El Cielo en la Tierra.
- Balanko Dickson, G. (2008). *Como preparar un plan de negocios exitosos*. (M. Chávez García, Trad.) México: The MC GrawHill.
- Banco del Pichincha. (2019). *Credito*. Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/Principal/Personas/Creditos/Credito-de-linea-abierta>
- Booking.com. (2019). *Registro de Establecimiento*. Obtenido de [https://join.booking.com/?lang=es&aid=376374&utm\\_source=footer\\_menu&utm\\_medium=frontend&label=esrow-OtlvhU2CXhSVxek50Z\\_17wS267754636757:pl:ta:p1:p22.422.000:ac:ap1t1:neg:fi:tikwd-65526620:lp20260:li:dec:dm&p=0](https://join.booking.com/?lang=es&aid=376374&utm_source=footer_menu&utm_medium=frontend&label=esrow-OtlvhU2CXhSVxek50Z_17wS267754636757:pl:ta:p1:p22.422.000:ac:ap1t1:neg:fi:tikwd-65526620:lp20260:li:dec:dm&p=0)
- Campoverde Bernal, A., & Trelles Mendez, E. (2011). *Estudio de factibilidad para creación de un cine rodante en la ciudad de Cuenca en periodo 2011-2016*. Cuenca: Universidad de Cuenca. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1095>
- Cantero, P. A., & Andrade, J. (2012). *Salinas de Guaranda horizonte de economía solidaria*. Quito: Abya Yala.
- Constitución de la República. (28 de febrero de 2015). REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN (Decreto No. 580). Ecuador.
- Córdoba Padilla, M. (2013). *Formulación y Evaluación de proyectos* (2 ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.
- Córdoba, M. (2013). *Formulación y Evaluación de proyectos* (2 ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.
- EcuRed. (s.f.). *Provincia de Bolívar (Ecuador)*. Obtenido de [www.ecured.cu/Provincia\\_de\\_Bol%C3%ADvar\\_\(Ecuador\)](http://www.ecured.cu/Provincia_de_Bol%C3%ADvar_(Ecuador))
- El Mercurio. (s.f.). *Tarifario*. Obtenido de <http://ww2.elmercurio.com.ec/tarifario/>
- Farfán Pacheco, K., & Serrano, A. L. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC. (2009). *Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento*. Obtenido de <https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Permisos%20y%20obligaciones.pdf>



- Francese Valls, J. (2000). *Gestión de Empresas de Turismo y Ocio*. Barcelona: Ediciones gestión 2000.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (s.f.). *Datos Importantes*. Recuperado el 5 de junio de 2019, de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (s.f.). *SIMIATUG*. Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/simiatug/>
- Gobierno autónomo descentralizado del cantón Guaranda, departamento de turismo. (2019). Requisitos para operaciones turísticas y obtención de la licencia de funcionamiento. Guaranda, Bolivar, Ecuador. Recuperado el 11 de abril de 2019
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Simiatug. (27 de Agosto de 2015). *www.simiatug.com*. Obtenido de [https://issuu.com/elcieloenlatierra/docs/pdot\\_de\\_simiatug](https://issuu.com/elcieloenlatierra/docs/pdot_de_simiatug)
- Guaicha, J. (9 de julio de 2019). Costo del metro de construcción. (V. Paucar , & D. Ortega , Entrevistadores)
- Hernández Díaz , E. (2010). *Proyectos Turísticos Formulación y evaluación*. México: Trillas.
- Herrera Garnica, V., & Lazo Suquinagua , J. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de Jeans "Fashion Jeans", en la Ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/UPS-CT003599.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Turismo administrador de empresas de alojamiento. requisitos de competencia laboral*. Obtenido de [http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas\\_inen/INEN2450-08.pdf](http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2450-08.pdf)
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Turismo. Ama de Llaves. Requisitos de competencia laboral*. Obtenido de [https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas\\_inen/INEN2430-08.pdf](https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2430-08.pdf)
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Turismo. Camarera de pisos. Requisitos de competencia laboral*. Obtenido de [https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas\\_inen/INEN2432-08.pdf](https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2432-08.pdf)
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Turismo. Cocinero polivalente. Requisitos de competencia laboral*. Obtenido de [https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas\\_inen/INEN2441-08.pdf](https://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2441-08.pdf)



- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Turismo. Jefe de Recepción. Requisitos de competencia laboral*. Obtenido de [https://www.qualityecuador.com/contenidos/areas/normas\\_inen/INEN2447-08.pdf](https://www.qualityecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2447-08.pdf)
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Turismo. Recepcionista polivalente. Requisitos de competencia laboral*. Obtenido de [https://www.qualityecuador.com/contenidos/areas/normas\\_inen/INEN2446-08.pdf](https://www.qualityecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2446-08.pdf)
- Kathi. (22 de Julio de 2017). *Feria de Simiatug*. Obtenido de Simiatugbolivara1: <https://www.youtube.com/watch?v=sLagcrmOvml>
- kreimer, N. (2003). *Cómo ser un emprendedor exitoso y no fracasar en el intento*. Argentina: ISBN.
- M. Raya, J. (2011). *Turismo Hotelería y Restaurante*. Barcelona: Lexus.
- Maisanche, F. (15 de Junio de 2019). *El Comercio*. Obtenido de La escalada se oferta en la parroquia de Simiatug para fortalecer el turismo: [https://www.elcomercio.com/files/article\\_main/uploads/2019/06/14/5d042c4ae4f9d.jpeg](https://www.elcomercio.com/files/article_main/uploads/2019/06/14/5d042c4ae4f9d.jpeg)
- Meza, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: ECOE Ediciones. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluaci%C3%B3n-financiera-de-proyectos-4ta-Edici%C3%B3n.pdf>
- Ministerio de Turismo. (07 de Enero de 2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/5.18-02-2016-Reformas-al-Reglamento-de-Alojamiento.pdf>
- Miranda, M., & J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MMEditores.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. México: Mc Graw - Hill/interamericana editores.
- Moreno, S. (2008). *La Cultura Polpular en el Ecuador Tomo III Bolívar* (2 ed.). Cuenca: Ciudad. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/160/1/tomoiibolivar.pdf>
- Nassir Sapag, C. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación* (2 ed.). Santiago de Chile: Pearson Education.
- Novoa, C. (11 de junio de 2016). *Simiatug, el pueblo fantasma que cobra vida una vez a la semana*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/de7en7/1/simiatug-el-pueblo-fantasma-que-cobra-vida-una-vez-a-la-semana>



- Papelesa. (s.f.). *Cotizar en línea*. Recuperado el 17 de junio de 2019, de <https://www.papelesa.com/viewcart.php>
- Planner 5D. (2011). *Planner 5D*. Recuperado el 2 de Mayo de 2019, de <https://planner5d.com/view/?key=205695f0a1f956b8ff9fd358f29b7b17>
- Proveedora Onerom. (s.f.). *PERFORADORA YIZHI-8500*. Recuperado el 17 de junio de 2019, de <http://www.onerom-ec.com/producto/perforadora-yizhi-8500/>
- Ramos, J. (Julio de 2014). Construcción de una red de turismo comunitario en la parroquia de Simiatug. cantón Guaranda, Provincia Bolívar. Quito.
- Rayner, T. (21 de Febrero de 2019). *Carnaval*. Obtenido de [tomrayner.tv](https://tomrayner.tv): <https://instagram.com/tomrayner.tv?igshid=14h9bbt0b260f>
- Rodríguez Saltos, R. (s.f.). *La Region Interandina Ecuatoriana*.
- Salén, H. (1999). *La promoción de ventas o el nuevo poder comercial*. Madrid: Díaz de Santos, S.A. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=D3z8e5zvmgC&oi=fnd&pg=PA105&dq=QUE+ES+PROMOCION+DE+VENTAS&ots=VuatzPRIC9&sig=vqmlY6nprHQMycKb0ub\\_TOKSKs#v=onepage&q=QUE%20ES%20PROMOCION%20DE%20VENTAS&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=D3z8e5zvmgC&oi=fnd&pg=PA105&dq=QUE+ES+PROMOCION+DE+VENTAS&ots=VuatzPRIC9&sig=vqmlY6nprHQMycKb0ub_TOKSKs#v=onepage&q=QUE%20ES%20PROMOCION%20DE%20VENTAS&f=false)
- Sanmartín Rodríguez, L. (31 de mayo de 2013). *En Bolívar: Parroquia Simiatug Celebra 152 Años De Su Fundación*. Recuperado el 6 de marzo de 2019, de <https://www.srradio.com.ec/en-bolivar-parroquia-simiatug-celebra-152-anos-de-su-fundacion/>
- SRI. (s.f.). *REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)*. Recuperado el 22 de marzo de 2019, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Stewart Weissinger, S. (2001). *Introducción a las actividades hoteleras*. Madrid : International Thomson Editores Spain Paraninfo.
- Talagua, M. (11 de Julio de 2014). *Cocha Colorada, Simiatug*. Obtenido de Simiatug Samaí: <https://www.youtube.com/watch?v=-xHeBgC5JGQ>
- Thompson, J. (17 de abril de 2009). *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD*. Obtenido de <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>
- Torres León, L. (2016). *Turistas comunitarios en Ecuador: El caso de Salinas de Guaranda - Ecuador*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Tripadvisor. (6 de abril de 2016). *Obtenga su negocio en TripAdvisor*. Obtenido de <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w855>
- TUBS. (16 de noviembre de 2011). *Localización de provincia Bolívar en Ecuador*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Bol%C3%ADvar\\_\(Ecuador\)#/media/File:Bolivar\\_in\\_Ecuador\\_\(%2BGalapagos\).svg](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Bol%C3%ADvar_(Ecuador)#/media/File:Bolivar_in_Ecuador_(%2BGalapagos).svg)



Ulloa, A. (15 de mayo de 2019). Vallas a Nivel Nacional Señal X. Cuenca, Azuay, Ecuador.

Universidad de Cuenca. (07 de diciembre de 2016). *Manual Para Trabajos de Titulación, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Unidad de Titulación*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>

Urbina, G. B. (2013). *Evaluacion de proyectos* (septima ed.). Mexico: McGRAW-HILL.

Vásconez, D. C. (enero de 2016). *PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA (Tesis de Pregrado)*. Universidad de Cuenca , Cuenca. Recuperado el 2019, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15895/1/65215\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15895/1/65215_1.pdf)

Velazquez, E. (2012). *Canales de Distribución y Logística*. Mexico: Red Recer Milenio. Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Canales\\_de\\_distribucion\\_y\\_logistica.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf)

wego.here. (s.f.). *Simiatug-La-Trasquila,-Simiatug,-Guaranda*. Obtenido de <https://wego.here.com/directions/mix//Simiatug-La-Trasquila,-Simiatug,-Guaranda:eyJuYW11ljoU2ltaWF0dWcgTGEgVHJhc3F1aWxhliwiYWRkcmVzcyl6lNpbWlhdHVnLCBHdWFyYW5kYSIsImxhdGI0dWRlljotMS4yNzUxMywibG9uZ2l0dWRlljotNzguOTU2ODksInByb3ZpZGVyTmFtZSI6ImZhY2Vib29rI>



Anexos

**Anexo 1** Resolución del Consejo Directivo referente a la aprobación del diseño de tesis.



Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 14 de septiembre de 2018

**Señoritas**

**Lucía Doménica Ortega Castillo**

**Carmen Valeria Paucar Guayara**

**Estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad**

**Universidad de Cuenca**

**Presente.-**

Por medio de la presente nos permitimos informar que en sesión llevada a cabo el día de hoy viernes 14 de septiembre de 2018, el Consejo Directivo, conoció el diseño de su trabajo de titulación, intitulado “Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar”, dirigido por la Mg. Tania Ávila; y, en uso de sus atribuciones RESOLVIO: APROBARLO.

Se les recuerda a las señoritas **Ortega Castillo Lucía Doménica y Paucar Guayara Carmen Valeria**, que a la presente están incursas en la primera prórroga; a partir del mes de marzo de 2019, estarán incursas en la segunda prórroga (disposición general tercera) del Reglamento de Régimen Académico Vigente; y, a partir del mes de septiembre de 2019, estarán incursas en la disposición general cuarta del citado reglamento.

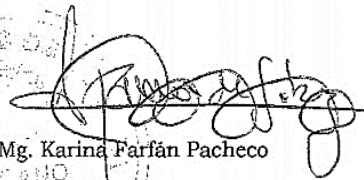
1

RECIBIDO 14 SEP 2018  
*[Firma]*






Se les recuerda a las estudiantes que hasta el día viernes 28 de marzo del año 2020 deberá haber sustentado su trabajo de titulación; dando fiel cumplimiento a la resolución del Consejo Universitario de la Universidad de Cuenca de fecha 21 de noviembre de 2017, en el inciso décimo primero dice: "Se entiende por **culminado y aprobado el trabajo de titulación**...cuando el estudiante cumpliendo todos los requisitos legales y reglamentarios lo defiende y lo aprueba...", caso contrario deberán iniciar un nuevo trabajo de titulación.

  
Mg. Karina Farfán Pacheco  
DECANA  
Universidad de Cuenca  
Facultad de Ciencias de la Salud

Atentamente,

  
Dra. María Dolores Insch Quintero  
SECRETARIA - ABOGADA

c.c.: Director/a de Carrera

Director de trabajo de Titulación: Mg. Tania Ávila

Tribunal: Mg. Silvana Astudillo, Mg. Segundo Freire

Secretaria/o de Carrera

Archivo





**Universidad de Cuenca**

**Anexo 2** Diseño de tesis aprobado



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**

**CARRERA DE HOTELERÍA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA  
RURAL SIMIATUG, PROVINCIA DE BOLÍVAR.**

**Proyecto de Intervención previo a la obtención del título de: Licenciada en  
Hotelería.**

**Línea de investigación:** Emprendimiento, innovación y aplicación de la  
tecnología en el sector de la hospitalidad.

**PROFESORA TUTORA:**

**MG. TANIA ÁVILA**

**AUTORES:**

**LUCIA DOMÉNICA ORTEGA CASTILLO**

**C.I. 0104782628**

**CARMEN VALERIA PAUCAR GUAYARA**

**C.I. 0105457840**

**CUENCA, JULIO 2018**



### 1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar.

### 2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

- Lucia Doménica Ortega Castillo / dome.o-1196.@hotmail.com / 0993558284
- Carmen Valeria Paucar Guayara / valeriapaucar92@gmail.com / 0983405524

### 3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

#### Resumen

Simiatug, un lugar lleno de tradición, cultura y turismo; parroquia rural ubicada en la provincia de Bolívar, famosa internacionalmente por la fabricación de Shigras, población en su mayoría indígena, cuyos principales ingresos provienen de la actividad agrícola; en este lugar se ostenta la oportunidad de crear una hostería, para esto se realizará un estudio de factibilidad.

Este proyecto de intervención tiene como finalidad determinar si es posible la creación de una hostería en el lugar antes mencionado; y para conseguir este objetivo se considera importante conocer sobre Simiatug, sus antecedentes tales como: historia, ubicación, costumbres, festividades, y más; conjuntamente con un estudio de mercado, donde se revisará la oferta, demanda, promoción y distribución de servicios de la hostería; concluyendo además con un análisis FODA.

Para complementar el estudio, se elaborará una propuesta técnica y organizacional, reflejando su estructura, además de su tamaño, localización y distribución dentro de su infraestructura.

Finalmente se planteará la evaluación financiera del proyecto y las fuentes de financiamiento y su aplicación.

Los resultados de este estudio serán de gran utilidad para quienes desean realizar un aporte financiero y así atraer turistas nacionales y extranjeros que puedan conocer Simiatug y hospedarse en la hostería.

**Palabras Clave:** Simiatug, Hostería, Factibilidad.

#### **4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN**

En una sociedad que con el paso del tiempo ha logrado varios avances y por consiguiente cada día la población es más exigente; si hablamos de la industria hotelera, en la actualidad existen varias tendencias que se dan a conocer alrededor del mundo, ya que el turista no busca únicamente un lugar donde pernoctar sino que persigue una experiencia, que un sueño sea cumplido, estar en contacto con la naturaleza y aprender de la comunidad, es por eso que la industria de la hotelería se ha extendido permitiendo brindar estas ofertas para la satisfacción de necesidades y deseos de todos quienes visiten las instalaciones.

Que una empresa privada pueda establecerse en un lugar que cuenta con varias actividades establecidas por la localidad, además de obtener réditos económicos para sí misma, generaría nuevas plazas ocupacionales para los nativos y aportaría también con publicidad de la localidad a más de la del establecimiento siendo así un apoyo indirecto en el que complementaría la planta turística de la zona para lograr atraer turistas.

Frente a la demanda de personas que buscan conocer y explorar nuevas culturas, tradiciones y actividades diarias de una localidad, varias empresas privadas han contemplado una oportunidad de asociarse indirectamente a las actividades que realizan las comunidades para beneficio mutuo, cómo por ejemplo ofertar el hospedaje de la hostería privada y a la vez las actividades de la comunidad ayudando solamente a promocionar la localidad y no recibir ningún beneficio por tales, como: tours ya elaborados en donde incluyen la gastronomía, costumbres, tradiciones, presentaciones de danzas, leyendas y más, esto ayudará para que la empresa privada logre darse a conocer por medio del turismo que la comunidad realiza en la actualidad. Cabe recalcar que



los réditos económicos obtenidos por el hospedaje y todos los servicios que brinde la hostería serán de carácter privado para quienes inviertan en el proyecto.

Simiatug, una parroquia rica en tradiciones y cultura, la cual está conformada por una población mayoritaria de indígenas, en donde mantienen todos sus rasgos intactos.

Simiatug tiene mucha importancia antropológica y sociológica. Se han escrito algunos libros, en especial por parte de estudiosos extranjeros, sobre este asiento considerado uno de los más antiguos de la provincia de Bolívar. Se encuentran en Simiatug las ruinas del templo al Dios Guanguliquín y el "Valle de las Catedrales", que son grandes farallones pétreos, importantes manifestaciones naturales de especial hermosura y atracción. Entre las comunas sobresale la de "Chuquizungo" con 15.000 indígenas que siguen viviendo las costumbres, la religión, idioma y aún aspectos socio político de etapas primitivas. Los parajes naturales tienen una belleza singular, dado que está ubicado en las faldas de la Cordillera Occidental. Desde esta parroquia, en días despejados, se contempla la belleza del subtrópico y la costa ecuatoriana. Sus miembros manifiestan interés por aprovechar sus recursos naturales y culturales dentro de la actividad turística (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, s.f.).

La parroquia no cuenta con centros de alojamiento que aporten al turismo que realizan, e incluso no existe una adecuada publicidad de sus atractivos turísticos y las actividades que efectúan, ya que no poseen una variedad de establecimientos de alojamiento y restauración. Debido a este factor importante, se percibe una disminución en número de turistas que visita la parroquia.

Es por eso que se plantea desarrollar una hostería en Simiatug de carácter privado y familiar, dirigido al tipo de turista que recepta la comunidad, en donde junto con los atractivos de la zona, se logre promocionar una diversidad de opciones para los que prefieren Simiatug como destino turístico.

Cabe recalcar que una hostería es un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin

perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).

Para determinar si el proyecto es o no viable, se formulará un estudio de factibilidad el cual "es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto" (Miranda & Juan, 2005).

El estudio de factibilidad determinará si el proyecto en donde todos los beneficios obtenidos por los servicios que se ofrezcan en la hostería serán de carácter privado, solamente será favorecido de las actividades que ofertan la localidad debido a que gracias a ellas los turistas visitan el lugar y tienen la necesidad de hospedarse y consumir los productos de Simiatug.

Además, es importante al momento de determinar la viabilidad del proyecto, establecer la propuesta técnica y organizacional, para conocer con exactitud la estructura de la empresa y poder así encaminarla hacia el público objetivo que se obtendrá rigiéndose en el estudio de mercado.

Al realizar la evaluación financiera del proyecto se podrá determinar la rentabilidad del mismo, planificando además el tiempo de retorno de la inversión de los inversionistas.

## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

El Autor Córdoba Padilla (2013), en su libro *"Formulación y evaluación de proyectos"* detalla varios aspectos importantes que será favorable para el estudio a realizarse debido a que se tomará en cuenta el ciclo de vida de un proyecto, el estudio de mercado identificando la estructura del mismo, detallando el producto, cliente, demanda, oferta, distribución y promoción, incluido el estudio técnico conlleva el tamaño del proyecto, su localización y la ingeniería del mismo, en cuanto al área financiera detalla las inversiones del proyecto, el presupuesto y los efectos del mismo.



Es favorable tomar en cuenta al autor Francese Valls (2000), en su libro de *"Gestión de empresas de turismo y ocio"*, el arte de provocar la satisfacción, para realizar este estudio ya que se podrá enfocar en el Proceso de creación y puesta en marcha de un nuevo producto, la intuición del mercado, la ideación, confirmación de la idea de negocio, resolver los trámites jurídicos, la organización, test del producto, la puesta en marcha finalizando con el control de la implantación del mismo.

Según Cantero y Andrade (2012), en su libro *"Salinas de Guaranda, Horizonte de economía solidaria"*, hacen referencia a la comunidad, su vida comunitaria, en qué radica su éxito, su economía basada en la ganadería y sus proyectos comunitarios. Es útil para el emprendimiento debido a que Simiatug quiere emprender el mismo tipo de turismo y ver en qué basarnos para desarrollar un tipo de alojamiento acorde al turismo.

El Autor Torres León (2016), detalla en el libro de *"Turistas comunitarios y visitantes: en el caso de Salinas de Guaranda-Ecuador"* comenta sobre los turistas y visitantes que arriban a este lugar realizado en el año 2009, y a su vez da a conocer el perfil de los mismos que visitan esta parroquia localizada en Bolívar, será de suma importancia para este estudio de factibilidad que se realizará, ya que ayudará a ejecutar una comparación entre Salinas y Simiatug, incluso será útil para crear la temática de la hostería acorde al tipo de turista que visita Simiatug.

Según Morales & Morales (2009), en su libro *"Proyectos de inversión evaluación y formulación"* indica cómo elaborar un estudio de factibilidad basándose en el estudio de mercado, en el que detalla el producto, la oferta y demanda, por consiguiente describe cómo se desarrolla un estudio financiero, basado en los estados de resultados, situación financiero, valor actual neto, tasa interna de retorno, que será un apoyo ya que ayudará a determinar la factibilidad del estudio.

En la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, nos indica los antecedentes de Simiatug, la importancia que tiene

sus tierras y sus características, lo cual será útil para poder elaborar los antecedentes del lugar en donde se va a realizar en la hostería.

En el reglamento de alojamiento turístico del Ministerio de Turismo (2016), es importante comprender la clasificación de los establecimientos de alojamiento y que características debe tener la hostería para poder implantarlo.

Según Weissinger (2001), en su libro *"Introducción a las Actividades Hoteleras"* describe los puestos de trabajo, formación dependiendo del nivel de educación, detalla un organigrama de funcionamiento de un establecimiento hotelero donde será útil para la parte administrativa que se realizará en uno de los capítulos de la tesis.

El autor Kreimer (2003), en su libro *"Como ser un emprendedor exitoso y no fracasar en el intento"* habla sobre el producto, canales de distribución, marketing donde detalla lo que es el análisis FODA que marca los cuatro puntos cardinales de cualquier tipo de emprendimiento; este será útil para lograr plasmar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueda tener el proyecto, así como se podrá deducir el concepto de cada uno de ellos.

Según Raya (2011), en su libro *"Turismo, Hotelería y Restaurante"* relata acerca de la historia de la hotelería, organización interna de un hotel, promoción mediante herramientas de la misma, y distribución que será útil para la propuesta técnica y organizacional plasmado en el esquema establecido para la tesis.

El autor Hernández Díaz (2010), en su libro *"Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación"* detalla en uno de sus capítulos la estructura y componentes de un estudio definitivo de factibilidad, donde plasma el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, que será de suma importancia, tomado como guía para realizar el estudio de factibilidad que se quiere realizar en dicha tesis.



## **5. OBJETIVOS, METAS, TRANSPARENCIA DE RESULTADOS E IMPACTOS**

### **5.1 Objetivos**

#### **5.1.1 Objetivo General**

Formular un estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar.

#### **5.1.2 Objetivos Específicos**

- Elaborar un estudio de mercado con base en un análisis de demanda, oferta, promoción y distribución.
- Desarrollar una propuesta técnica y organizacional para la hostería.
- Formular la propuesta financiera del proyecto

### **5.2 Metas**

Presentar una propuesta en base a un estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia de Simiatug en donde el propietario pueda tomar la decisión de continuar o no la construcción del establecimiento, además de aportar con la comunidad simiateña a que pueda desarrollarse en un ámbito turístico con alternativas diferentes de alojamiento.

### **5.3 Transferencia y difusión de resultados**

Este estudio será entregado en formato físico y digital al Centro de Documentación "Juan Bautista Vásquez" de la Universidad de Cuenca, el cual realizará una publicación del presente proyecto de intervención, además se presentará el estudio de factibilidad al propietario del terreno a fin de contribuir con la decisión de continuar o no con su inversión.

### **5.4 Impactos**

Se prevé que al implementar la hostería en la parroquia Simiatug promueva el incremento de la economía, debido a que existirá una mayor afluencia de turistas y así la parroquia abrirá nuevos negocios tanto privados como comunitarios. A más del impacto económico, también se evidenciará en el



ámbito cultural, ya que todos sus proyectos comunitarios en donde están involucradas las Shigras como artesanías locales, la producción de quesos y demás variantes que tendrán mayor afluencia, serán reconocidos a nivel nacional e internacional debido a que contarán con establecimientos de alojamiento, despertando interés en la competencia en crear no solo establecimientos de alojamiento sino de restauración y demás.

## **6. TÉCNICAS DE TRABAJO**

Este estudio de factibilidad se basará en dos tipos de enfoque cualitativo y cuantitativo.

Dentro del enfoque cualitativo, se identificará los antecedentes de la parroquia rural Simiatug, detallando su historia, costumbres, festividades; además se utilizarán herramientas estadísticas como en la encuesta y entrevista para recolección de información, y luego de tabular sus variables, obtener resultados para posteriormente ser analizados.

Dentro del estudio de mercado, se analizará la oferta, demanda, promoción y distribución del servicio de alojamiento y afines, concluyendo con un análisis FODA.

Para formular una propuesta organizacional y técnica se detallarán los aspectos legales necesarios para su funcionamiento, así como su misión y visión, valores, logo, slogan, estructura organizacional, organigrama, manual de funciones y políticas generales de la empresa; En el estudio técnico se definirá el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.

Dentro del enfoque cuantitativo, se desarrollará una propuesta financiera para el proyecto, en la que se reflejarán las fuentes de financiamiento, su inversión, Periodo de Recuperación de Inversión (PRI), Valor Actual Neto (VAN), Razón Beneficio Costo (RBC) y Tasa Interna de Retorno (TIR); donde se verá reflejada la factibilidad financiera del estudio.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Balanco Dickson, G. (2008). *Como preparar un plan de negocios exitosos*. (M. Chávez García, Trad.) México: The MC GrawHill.
- Campoverde Bernal, A., & Trelles Mendez, E. (2011). *Estudio de factibilidad para creación de un cine rodante en la ciudad de Cuenca en periodo 2011-2016*. Cuenca: Universidad de Cuenca. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1095>
- Cantero, P. A., & Andrade, J. (2012). *Salinas de Guaranda horizonte de economía solidaria*. Quito: Abya Yala.
- Córdoba Padilla, M. (2013). *Formulación y Evaluación de proyectos* (2 ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.
- Farfán Pacheco, K., & Serrano, A. L. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- Francese Valls, J. (2000). *Gestión de Empresas de Turismo y Ocio*. Barcelona: Ediciones gestión 2000.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (s.f.). *SIMIATUG*. Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/simiatug/>
- Hernández Díaz , E. (2010). *Proyectos Turísticos Formulación y evaluación*. México: Trillas.
- Herrera Garnica, V., & Lazo Suquinagua , J. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de Jeans "Fashion Jeans", en la Ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/UPS-CT003599.pdf>
- kreimer, N. (2003). *Cómo ser un emprendedor exitoso y no fracasar en el intento*. Argentina: ISBN.
- M. Raya, J. (2011). *Turismo Hotelería y Restaurante*. Barcelona: Lexus.
- Ministerio de Turismo. (07 de Enero de 2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/5.18-02-2016-Reformas-al-Reglamento-de-Alojamiento.pdf>
- Miranda, M., & J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MMEditores.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. México: Mc Graw - Hill/interamericana editores.

- Nassir Sapag, C. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación* (2 ed.). Santiago de Chile: Pearson Education.
- Novoa, C. (11 de junio de 2016). *Simiatug, el pueblo fantasma que cobra vida una vez a la semana*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/de7en7/1/simiatug-el-pueblo-fantasma-que-cobra-vida-una-vez-a-la-semana>
- Rodriguez Saltos, R. (s.f.). *La Region Interandina Ecuatoriana*.
- Stewart Weissinger, S. (2001). *Introducción a las actividades hoteleras*. Madrid : International Thomson Editores Spain Paraninfo.
- Thompson, J. (17 de abril de 2009). *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD*. Obtenido de <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>
- Torres León, L. (2016). *Turistas comunitarios en Ecuador: El caso de Salinas de Guaranda - Ecuador*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Universidad de Cuenca. (07 de diciembre de 2016). *Manual Para Trabajos de Titulación, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Unidad de Titulación*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>

## 8. TALENTO HUMANO

Recurso	Dedicación	Valor total
Director del trabajo de titulación	1 HORA / SEMANA / 6 MESES (Valor de \$12,50 cada hora)	USD 300,00
Estudiantes	20 HORAS SEMANA / 12 MESES (POR CADA ESTUDIANTE) (Base en el Salario Básico Unificado 2018, valor de \$1,61 cada hora)	USD 1.545,60
<b>TOTAL</b>		USD 2.145,60



## 9. RECURSOS MATERIALES

Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar.

DETALLE	CANTIDAD	RUBRO UNITARIO	VALOR \$	Total
<b>Gastos de Investigación Equipos, Laboratorios y Maquinaria</b>				
Fotocopias	200	0,03	6,00	
Hojas	200	0,01	3,50	
Esferos	4	0,50	2,00	
Libros	----	Biblioteca U Cuenca	0,00	
Carpetas	2	0,50	1,00	
Internet	6 meses	22,00	132,00	
Computadora	2	800,00	1600	
Impresora	1	150,00	150,00	
Tinta	4	50,00	50,00	
CDS	2	0,50	1,00	
Grapadora	1	0,50	0,50	
Grapas	1 caja	1,50	1,50	
Saca grapas	1	0,60	0,60	
Borradores	3	0,25	0,75	
Corrector	2	0,75	1,50	
Lápiz	2	0,50	0,50	
Anillados	4	2,00	8,00	
Empastado	1	20,00	20,00	
<b>Total Gastos de Investigación Equipos, Laboratorios y Maquinaria</b>				1978,85
<b>Gastos de movilización</b>				
Transporte	2	20,00 por persona	40,00	
Alimentación	30 días	2,50	300,00	
Hospedaje	30 días	10,00	600,00	
<b>Total Gastos de movilización</b>				920,00
<b>Total</b>				2898,85

## 10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Estudio de factibilidad de una hostería en la parroquia rural Simiatug, provincia de Bolívar.

Actividad	Mes					
	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de la información	X	X	X	X	X	
2. Discusión y análisis de la información	X	X				
3. Trabajo de campo	X	X	X			
4. Encuestas	X	X				
5. Entrevistas		X	X			
6. Recolección y organización de información obtenida de encuestas y entrevistas			X			
7. Integración de la información de acuerdo a los objetivos			X	X		
8. Redacción del trabajo	X	X	X	X	X	X
9. Revisión final					X	X

## 11. PRESUPUESTO

CONCEPTO	APORTE DEL ESTUDIANTE	OTROS APORTES	VALOR TOTAL \$
Talento Humano	USD 1.545,60	USD 300,00	USD 2.145,60
Gastos de movilización	USD 920,00		USD 920,00
Gastos de investigación Equipos, Laboratorios y Maquinaria	USD 1978,85		USD 1978,85
TOTAL			USD 5044,45



## 12.ESQUEMA

Índice

Resumen y Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

### Capítulo 1 Estudio de mercado

#### 1.1 Demanda

##### 1.1.1 Antecedentes

1.1.1.1 Antecedentes Geográficos

1.1.1.2 División Territorial del Cantón

1.1.1.3 Extensión y Límites

1.1.1.4 Organización Política

1.1.1.5 Antecedentes históricos

1.1.1.6 Antecedentes socioeconómicos

##### 1.1.2 Procesamiento de datos

1.1.2.1 Identificación de la población y muestra poblacional

1.1.2.2 Diseño de la encuesta y entrevista

1.1.2.3 Recolección de información

1.1.2.4 Resultados de la encuesta y entrevista

#### 1.2 Oferta



1.2.1 Análisis del producto

1.2.1.1 Ubicación

1.2.1.2 Atractivos turísticos

1.2.1.3 Descripción

1.2.1.2.3 Características del producto

1.2.1.2.3 Determinación del precio

1.2.2 Productos sustitutos o competidores

1.3 Distribución

1.3.1 Canales de distribución

1.4 Promoción

1.4.1 Herramientas promocionales

1.4.1.1 Publicidad

1.4.1.2 Promoción de ventas

1.4.1.3 Relaciones públicas

1.5 Análisis FODA

**Capítulo 2 Propuesta técnica y organizacional**

2.1 Tipo de sociedad legal y trámites legales

2.2 Estudio organizacional

2.2.1 Descripción de la hostería

2.2.2 Misión y visión



2.2.3 Valores de la hostería

2.2.4 Logo y slogan de la empresa

2.2.5 Estructura organizacional de la empresa

2.2.6 Organigrama de la empresa

2.2.7 Personal para los diferentes cargos de la empresa

2.2.8 Manual de funciones

2.2.9 Políticas generales de la empresa

2.3 Estudio técnico

2.3.1 Tamaño del proyecto

2.3.2 Localización del proyecto

2.3.3 Ingeniería del proyecto

2.3.3.1 Descripción de instalaciones

2.3.3.2 Descripción y costo de maquinaria necesaria

### **Capítulo 3 Propuesta financiera del proyecto**

3.1 Fuentes de financiamiento

3.1.1 Análisis de financiamiento

3.2 Evaluación financiera

3.2.1 Inversión del proyecto

3.2.2 Periodo de Recuperación de Inversión (PRI)

3.2.3 Valor Actual Neto (VAN)





#### 3.2.4 Razón Beneficio Costo (RBC)

#### 3.2.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

### 13. ANEXOS



### Anexo 3 Encuesta dirigida a Habitantes de Simiatug



**UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE HOTELERÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A HABITANTES DE SIMIATUG.**

Reciba un cordial saludo, el objetivo de esta encuesta es determinar y evaluar el lanzamiento de una nueva hostería en Simiatug, perteneciente a la provincia de Bolívar, por lo que solicitamos su amable y gentil colaboración respondiendo con toda sinceridad las siguientes preguntas.

**Edad:**

15 a 25

26 a 45

46 a 60

☐  
☐  
☐

**Género:**

Masculino

Femenino

☐  
☐

**¿Le gustaría encontrar una hostería en Simiatug, en la que brinden actividades de entretenimiento?**

SI

☐

NO

☐

**De los siguientes elementos de entretenimiento, señale 1 de su preferencia.**

Show de baile (bailo terapia)

Pista de motocross y bicicross

Paseos a caballo

Camping

Noches temáticas y fiestas

Caminatas

☐  
☐  
☐  
☐  
☐  
☐

Cancha de vóley

Cancha de fútbol

Alquiler de cuadrones

Pesca deportiva

Natación (piscina)

Sala de juegos con billar, fútbolín

☐  
☐  
☐  
☐  
☐  
☐

**De existir un establecimiento con todas las actividades mencionadas anteriormente, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por su uso?**

\$5,00 a \$10,00

\$11,00 a \$15,00

\$16,00 a más

☐  
☐  
☐

**¿Consumen usted alimentos fuera de su hogar?**

SI

☐

NO

☐

**¿Cuántas veces consume usted alimentos fuera de su hogar?**

Una vez a la semana

De lunes a viernes

Los fines de semana

Una vez al mes

☐  
☐  
☐  
☐

**¿Cuánto le cuesta por término medio el consumo de alimentos cuando lo hace en bares, restaurantes o establecimientos similares?**

\$1,00 a \$3,00

\$4,00 a \$6,00

\$7,00 a más

☐  
☐  
☐



Universidad de Cuenca



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE HOTELERIA

¿En término general cuando usted consume alimentos fuera de su hogar lo hace solo o acompañado?

Solo

☐

Acompañado

Familia

☐

Amigos

Trabajo o estudios

☐

¿Qué tipo de comida prefiere?

Comida típica

☐

Comida popular

☐

Comida rápida

☐

Comida Gourmet

☐

Nombre: \_\_\_\_\_

Correo: \_\_\_\_\_



Anexo 4 Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE HOTELERIA  
ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS.

Reciba un cordial saludo, el objetivo de esta encuesta es determinar y evaluar el lanzamiento de una nueva hostería en Simiatug, perteneciente a la provincia de Bolívar, por lo que solicitamos su amable y gentil colaboración respondiendo con toda sinceridad las siguientes preguntas.

**Edad:**

15 a 25

26 a 45

46 a 60

60 o más

☐  
☐  
☐  
☐

**Género:**

Masculino

Femenino

☐  
☐

**1. ¿En qué lugar reside?**

Dentro del país

☐  
☐

(Especificar provincia)

Fuera del país

☐  
☐

(Especificar país)

**1. ¿Ha visitado Simiatug?** (si su respuesta es sí, continúe con la siguiente pregunta; si su respuesta es no, continúe llenando la encuesta desde la pregunta 8)

SI

☐

NO

☐

**2. ¿Cuál es el principal motivo de su visita a Simiatug?**

Descanso

Religioso

Conocer lugares

☐  
☐  
☐

Comercio y Negocios

Estudios

Otros

☐  
☐  
☐

**3. ¿Cuántas veces al año visita usted Simiatug?**

Frecuentemente

Una vez por mes

☐  
☐

Solo en festividades

Una vez al año

☐  
☐

**4. Cuando viaja a Simiatug ¿usted permanece por más de 24 horas?**

SI

☐

NO

☐

**5. Cuando viaja a Simiatug ¿usted pernocta en establecimientos de alojamiento?**

SI

☐

NO

☐

**6. Cuando visita Simiatug, ¿usted asiste a un establecimiento de alimentos y bebidas?**

SI

☐

NO

☐



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE HOTELERÍA

7. Cuando viaja, lo hace con:

Solo	<input type="checkbox"/>	
Acompañado	<input type="checkbox"/>	
Familia		<input type="checkbox"/>
Amigos		<input type="checkbox"/>
Compañeros de trabajo o estudios		<input type="checkbox"/>

8. De las siguientes actividades de entretenimiento, señale 1 de su preferencia.

Show de baile (bailo terapia)	<input type="checkbox"/>	Cancha de vóley	<input type="checkbox"/>
Pista de motocross y bicicross	<input type="checkbox"/>	Cancha de fútbol	<input type="checkbox"/>
Paseos a caballo	<input type="checkbox"/>	Alquiler de cuadrones	<input type="checkbox"/>
Camping	<input type="checkbox"/>	Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>
Noches temáticas y fiestas	<input type="checkbox"/>	Natación (piscina)	<input type="checkbox"/>
Caminatas	<input type="checkbox"/>	Sala de juegos con billar, fútbolín	<input type="checkbox"/>

9. Si existiera un lugar de alojamiento en Simiatug donde también cuente con actividades de recreación, ¿usted asistiría?

SI ☐ NO ☐ TALVEZ ☐

10. ¿Cómo conoce usted nuevos establecimientos de alojamiento?

Recomendaciones de amistades	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Recomendaciones de familiares	<input type="checkbox"/>	Televisión	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>	Hojas volantes	<input type="checkbox"/>
Periódicos	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona? (incluido sólo desayuno)

\$10,00 a \$15,00	<input type="checkbox"/>	\$21,00 a mas	<input type="checkbox"/>
\$16,00 a \$20,00	<input type="checkbox"/>		

12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona? (incluido desayuno y todas las actividades de recreación)

\$15,00 a \$20,00	<input type="checkbox"/>	\$26,00 a mas	<input type="checkbox"/>
\$21,00 a \$25,00	<input type="checkbox"/>		

13. ¿Qué tipo de alimentos prefiere consumir?

Comida típica	<input type="checkbox"/>	Comida rápida	<input type="checkbox"/>
Comida popular	<input type="checkbox"/>	Comida Gourmet	<input type="checkbox"/>

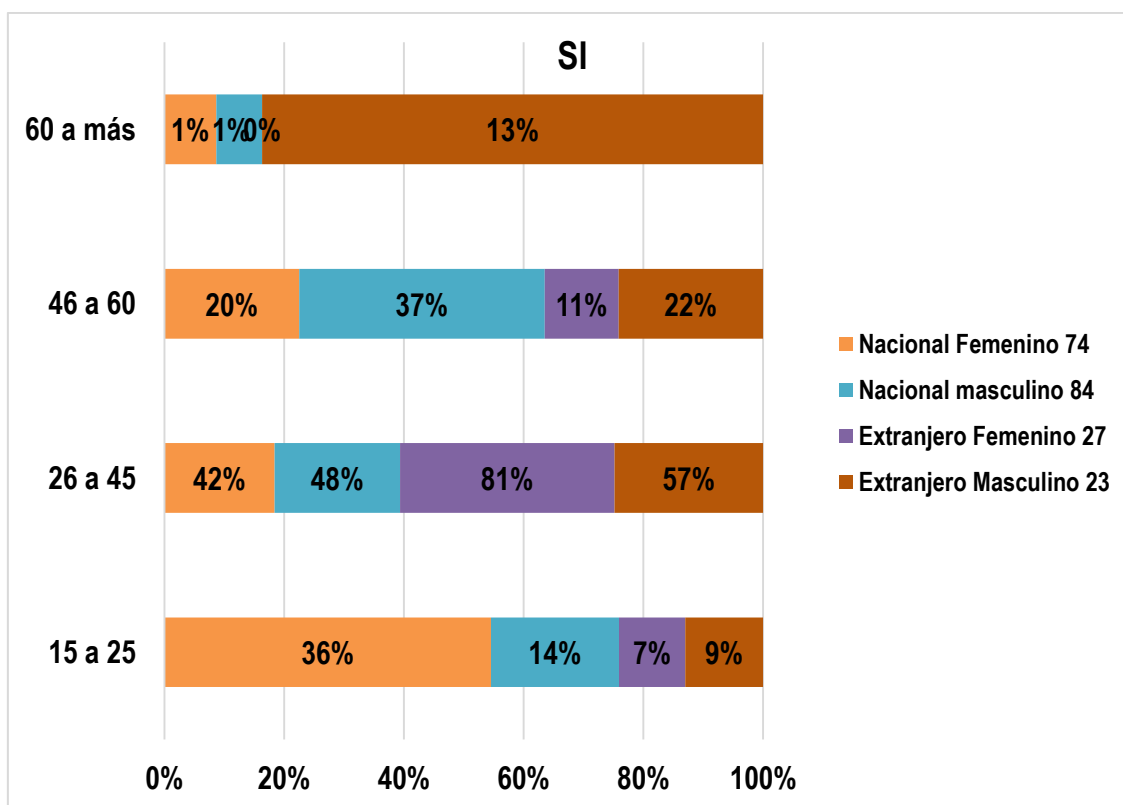
Nombre: \_\_\_\_\_

Correo: \_\_\_\_\_

## Anexo 5 Tablas cruzadas de encuestas a turistas

### Anexo 5.1 ¿Le gustaría encontrar una hostería en Simiatug, en la que brinden actividades de entretenimiento?

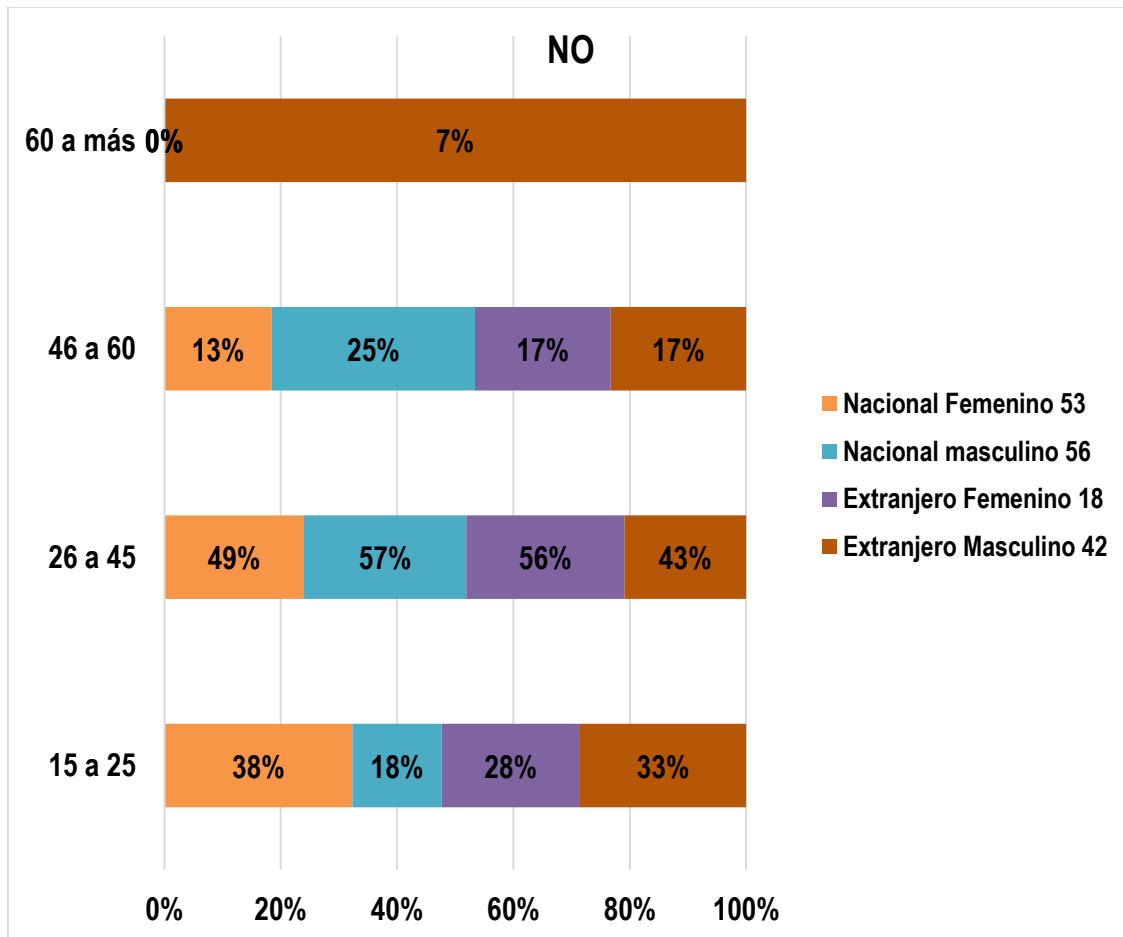
Opciones	N.F	%	N.M	%	E.F	%	E.M	%	Total	%
<b>SI</b>	<b>74</b>		<b>84</b>		<b>27</b>		<b>23</b>		<b>208</b>	
15 a 25	27	36%	12	14%	2	7%	2	9%	43	21%
26 a 45	31	42%	40	48%	22	81%	13	57%	106	51%
46 a 60	15	20%	31	37%	3	11%	5	22%	54	26%
60 a más	1	1%	1	1%	0	0%	3	13%	5	2%
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>







Opciones	N.F	%	N.M	%	E.F	%	E.M	%	Total	%
<b>NO</b>	<b>53</b>		<b>56</b>		<b>18</b>		<b>42</b>		<b>169</b>	
15 a 25	20	38%	10	18%	5	28%	14	33%	49	29%
26 a 45	26	49%	32	57%	10	56%	18	43%	86	51%
46 a 60	7	13%	14	25%	3	17%	7	17%	31	18%
60 a más	0	0%	0	0%	0	0%	3	7%	3	2%
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>

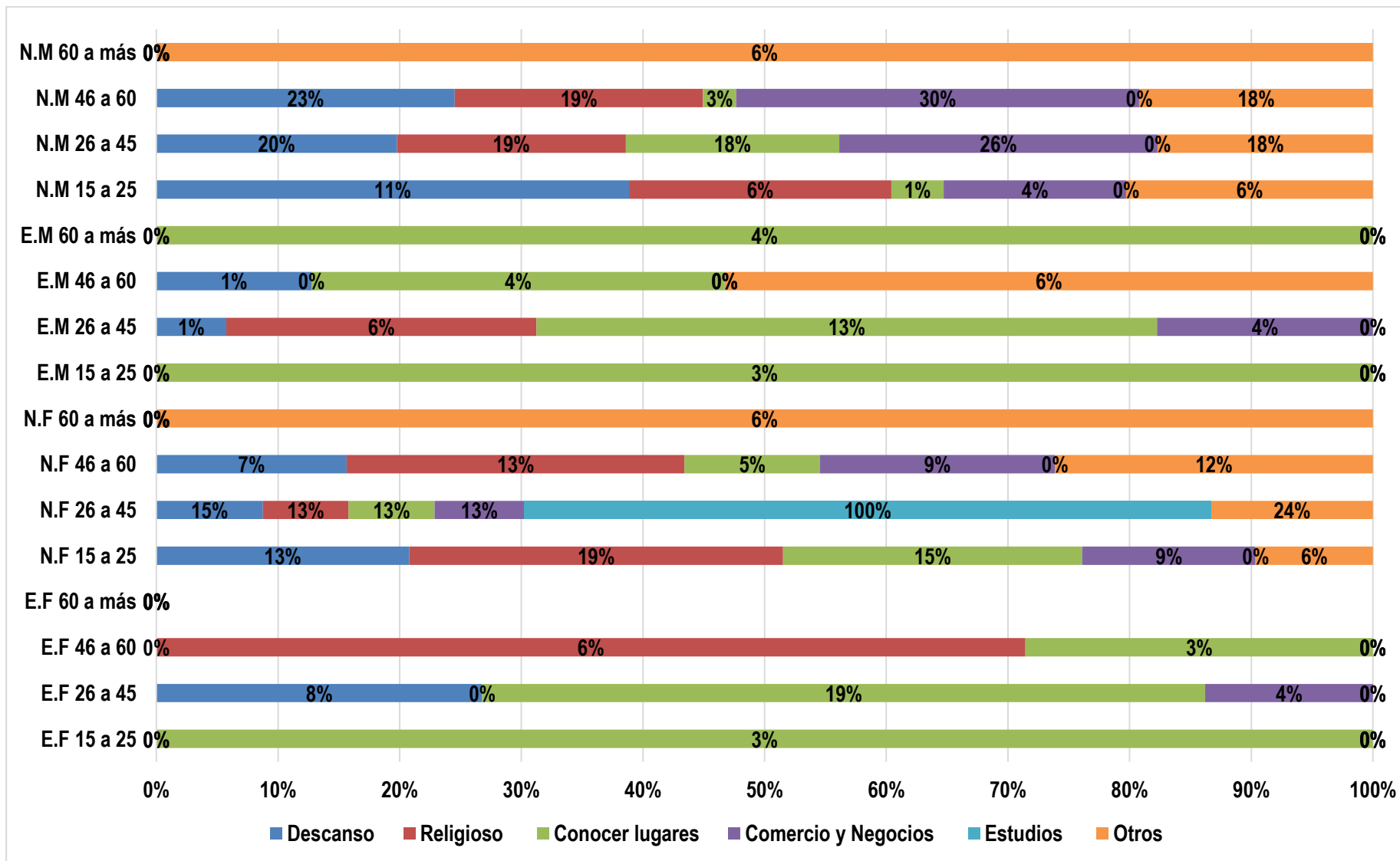




**Anexo 5.2** ¿Cuál es el principal motivo de su visita a Simiatug?

Opciones	Desca nso	%	Religio so	%	Conocer lugares	%	Comercio y Negocios	%	Estudi o	%	Otro s	%	Total	%
<b>SI</b>	<b>71</b>		<b>16</b>		<b>80</b>		<b>23</b>		<b>1</b>		<b>17</b>		<b>208</b>	
E.F 15 a 25	0	0%	0	0%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%
E.F 26 a 45	6	8%	0	0%	15	19%	1	4%	0	0%	0	0%	22	11%
E.F 46 a 60	0	0%	1	6%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
E.F 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
N.F 15 a 25	9	13%	3	19%	12	15%	2	9%	0	0%	1	6%	27	13%
N.F 26 a 45	11	15%	2	13%	10	13%	3	13%	1	100%	4	24%	31	15%
N.F 46 a 60	5	7%	2	13%	4	5%	2	9%	0	0%	2	12%	15	7%
N.F 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	6%	1	0%
E.M 15 a 25	0	0%	0	0%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%
E.M 26 a 45	1	1%	1	6%	10	13%	1	4%	0	0%	0	0%	13	6%
E.M 46 a 60	1	1%	0	0%	3	4%	0	0%	0	0%	1	6%	5	2%
E.M 60 a más	0	0%	0	0%	3	4%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
N.M 15 a 25	8	11%	1	6%	1	1%	1	4%	0	0%	1	6%	12	6%
N.M 26 a 45	14	20%	3	19%	14	18%	6	26%	0	0%	3	18%	40	19%
N.M 46 a 60	16	23%	3	19%	2	3%	7	30%	0	0%	3	18%	31	15%
N.M 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	6%	1	0%
<b>Total general</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>

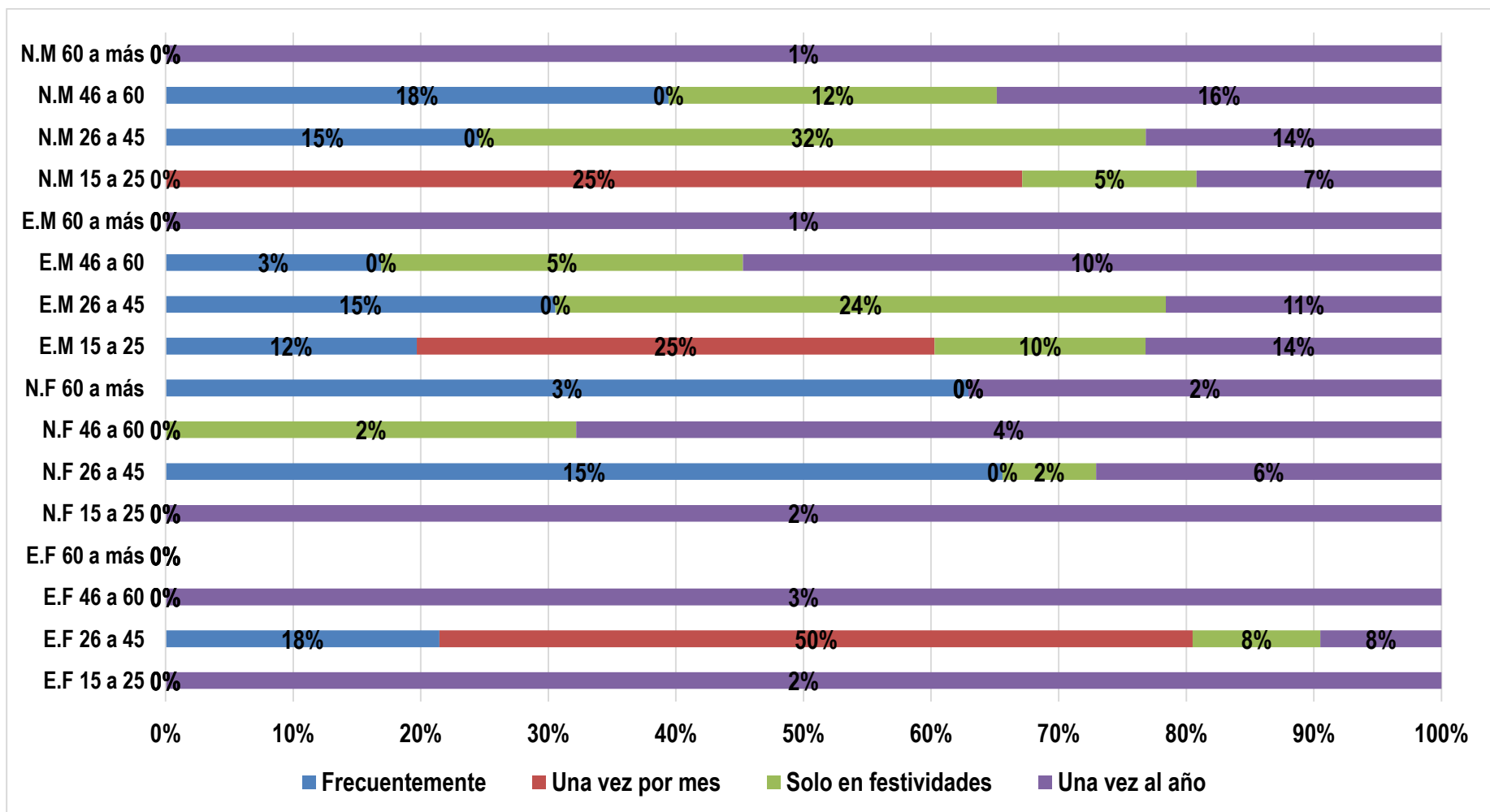






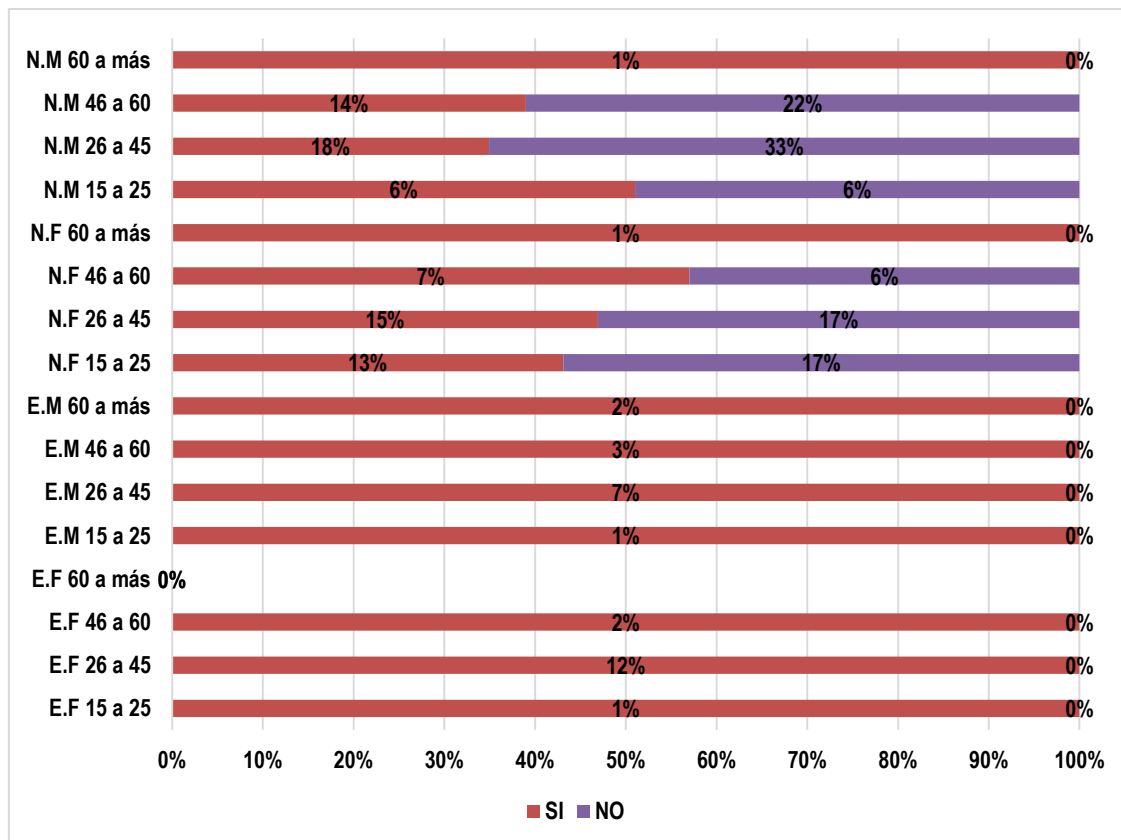
**Anexos 5.3** ¿Cuántas veces al año visita usted Simiatug?

Opciones	Frecuentemente	%	Una vez por mes	%	Solo en festividades	%	Una vez al año	%	de Total	%
SI	33		4		59		112		208	
E.F 15 a 25	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%	2	1%
E.F 26 a 45	6	18%	2	50%	5	8%	9	8%	22	11%
E.F 46 a 60	0	0%	0	0%	0	0%	3	3%	3	1%
E.F 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
E.M 15 a 25	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%	2	1%
E.M 26 a 45	5	15%	0	0%	1	2%	7	6%	13	6%
E.M 46 a 60	0	0%	0	0%	1	2%	4	4%	5	2%
E.M 60 a más	1	3%	0	0%	0	0%	2	2%	3	1%
N.F 15 a 25	4	12%	1	25%	6	10%	16	14%	27	13%
N.F 26 a 45	5	15%	0	0%	14	24%	12	11%	31	15%
N.F 46 a 60	1	3%	0	0%	3	5%	11	10%	15	7%
N.F 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	0%
N.M 15 a 25	0	0%	1	25%	3	5%	8	7%	12	6%
N.M 26 a 45	5	15%	0	0%	19	32%	16	14%	40	19%
N.M 46 a 60	6	18%	0	0%	7	12%	18	16%	31	15%
N.M 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>



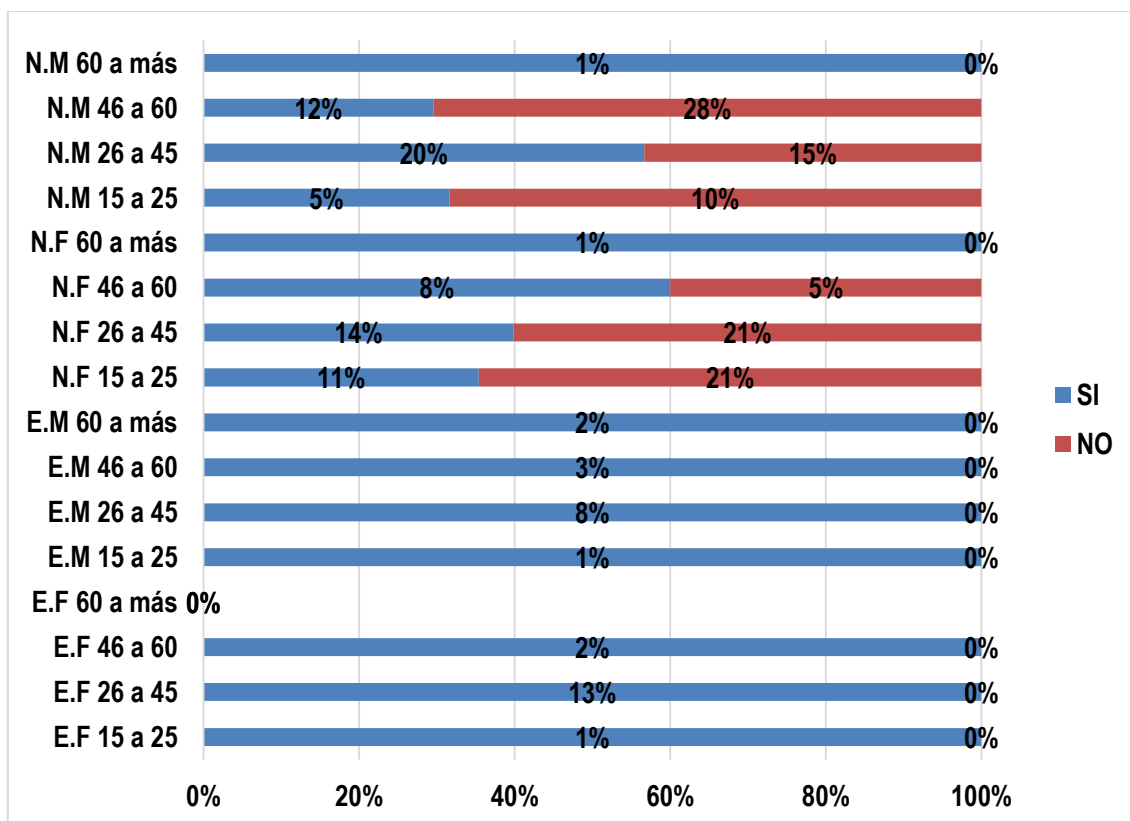
**Anexo 5.4** Cuando viaja a Simiatug ¿usted permanece por más de 24 horas?

Opciones	SI	%	NO	%	Suma de Total	%
<b>SI VISITA</b>	<b>190</b>		<b>18</b>		<b>208</b>	
E.F 15 a 25	2	1%	0	0%	2	1%
E.F 26 a 45	22	12%	0	0%	22	11%
E.F 46 a 60	3	2%	0	0%	3	1%
E.F 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%
E.M 15 a 25	2	1%	0	0%	2	1%
E.M 26 a 45	13	7%	0	0%	13	6%
E.M 46 a 60	5	3%	0	0%	5	2%
E.M 60 a más	3	2%	0	0%	3	1%
N.F 15 a 25	24	13%	3	17%	27	13%
N.F 26 a 45	28	15%	3	17%	31	15%
N.F 46 a 60	14	7%	1	6%	15	7%
N.F 60 a más	1	1%	0	0%	1	0%
N.M 15 a 25	11	6%	1	6%	12	6%
N.M 26 a 45	34	18%	6	33%	40	19%
N.M 46 a 60	27	14%	4	22%	31	15%
N.M 60 a más	1	1%	0	0%	1	0%
<b>Total general</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>



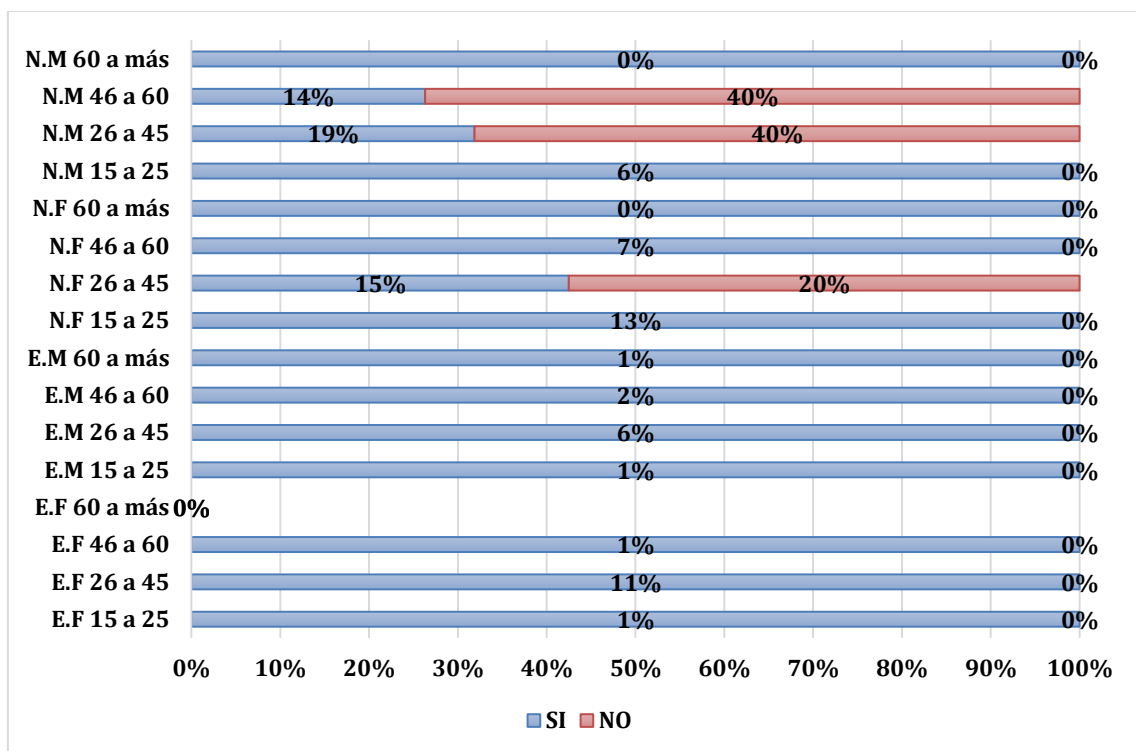
**Anexo 5.5** Cuando viaja a Simiatug ¿usted pernocta en establecimientos de alojamiento?

Opciones	SI	%	NO	%	Total edad	%
<b>Si visitan</b>	<b>169</b>		<b>39</b>		<b>208</b>	
E.F 15 a 25	2	1%	0	0%	2	1%
E.F 26 a 45	22	13%	0	0%	22	11%
E.F 46 a 60	3	2%	0	0%	3	1%
E.F 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%
E.M 15 a 25	2	1%	0	0%	2	1%
E.M 26 a 45	13	8%	0	0%	13	6%
E.M 46 a 60	5	3%	0	0%	5	2%
E.M 60 a más	3	2%	0	0%	3	1%
N.F 15 a 25	19	11%	8	21%	27	13%
N.F 26 a 45	23	14%	8	21%	31	15%
N.F 46 a 60	13	8%	2	5%	15	7%
N.F 60 a más	1	1%	0	0%	1	0%
N.M 15 a 25	8	5%	4	10%	12	6%
N.M 26 a 45	34	20%	6	15%	40	19%
N.M 46 a 60	20	12%	11	28%	31	15%
N.M 60 a más	1	1%	0	0%	1	0%
<b>Total general</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>



**Anexo 5.6** Cuando visita Simiatug, ¿usted asiste a un establecimiento de alimentos y bebidas?

Opciones	SI	%	NO	%	Total	%
<b>Si visitan</b>	<b>203</b>		<b>5</b>		<b>208</b>	
E.F 15 a 25	2	1%	0	0%	2	1%
E.F 26 a 45	22	11%	0	0%	22	11%
E.F 46 a 60	3	1%	0	0%	3	1%
E.F 60 a más	0	0%	0	0%	0	0%
E.M 15 a 25	2	1%	0	0%	2	1%
E.M 26 a 45	13	6%	0	0%	13	6%
E.M 46 a 60	5	2%	0	0%	5	2%
E.M 60 a más	3	1%	0	0%	3	1%
N.F 15 a 25	27	13%	0	0%	27	13%
N.F 26 a 45	30	15%	1	20%	31	15%
N.F 46 a 60	15	7%	0	0%	15	7%
N.F 60 a más	1	0%	0	0%	1	0%
N.M 15 a 25	12	6%	0	0%	12	6%
N.M 26 a 45	38	19%	2	40%	40	19%
N.M 46 a 60	29	14%	2	40%	31	15%
N.M 60 a más	1	0%	0	0%	1	0%
<b>Total general</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>

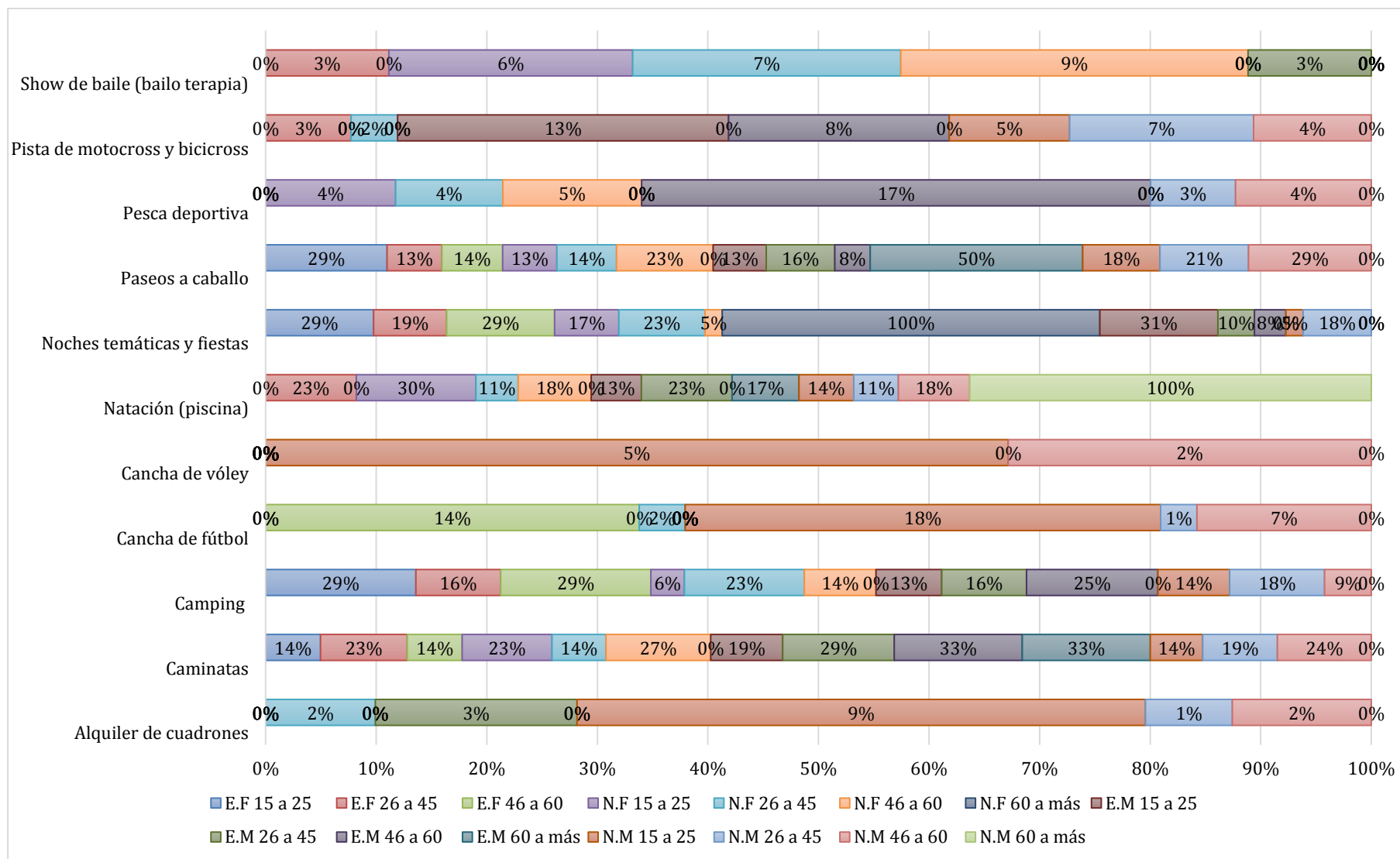




**Anexo 5.7** De los siguientes elementos de entretenimiento, señale 1 de preferencia la más importante.

Opciones	E.F 15 a 25	E.F 26 a 45	E.F 46 a 60	E.F 60 a más	N.F 15 a 25	N.F 26 a 45	N.F 46 a 60	N.F 60 a más	E.M 15 a 25	E.M 26 a 45	E.M 46 a 60	E.M 60 a más	N.M 15 a 25	N.M 26 a 45	N.M 46 a 60	N.M 60 a más	Total
Show de baile (bailo terapia)	0	1	0	0	3	4	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	11
Pista de motocross y bicicross	0	1	0	0	0	1	0	0	2	0	1	0	1	5	2	0	13
Paseos a caballo	2	4	1	0	6	8	5	0	2	5	1	3	4	15	13	0	69
Camping	2	5	2	0	3	13	3	0	2	5	3	0	3	13	4	0	58
Noches temáticas y fiestas	2	6	2	0	8	13	1	1	5	3	1	0	1	13	0	0	56
Caminatas	1	7	1	0	11	8	6	0	3	9	4	2	3	14	11	0	80
Cancha de vóley	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Cancha de fútbol	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	1	3	0	10
Alquiler de cuadrones	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2	1	1	0	6
Pesca deportiva	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	2	0	0	2	2	0	11
Natación (piscina)	0	7	0	0	14	6	4	0	2	7	0	1	3	8	8	1	61
Sala de juegos con billar, fútbolín	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>31</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>47</b>	<b>57</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>31</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	<b>72</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>377</b>





## Anexo 6 Demanda de turistas del año 2018 en Salinas de Guaranda.



CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO  
"MATIABI SALINAS"



Salinas 7 de Junio del 2019

Srita. Lucia Domenica Ortega Castillo

ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Presente.-

Reciba un cordial y afectuoso saludo, y a la vez desearle éxitos en sus funciones diarias que desempeña en bienestar de su honorable institución.

Con el gusto de saludarle me sirvo a través de la presente, el Centro de Turismo Comunitario de Salinas le informa que el número de visitantes que llegaron a salinas en el año 2018 fue de 19000 turistas entre nacionales y extranjeros.

Es un gusto trabajar con su institución y esperamos su visita a nuestra parroquia.

Para cualquier duda o aclaración, estamos a sus órdenes.

ATENTAMENTE

Augusto Samaniego

010579292-3

Coordinador del CTC

Amparito Aldaz

0202345872

Recepcionista CTC

CONTACTOS: WhatsApp: 0993302197

Convencional: 032210234

Correo electrónico: [turismocomunitariosalinas@gmail.com](mailto:turismocomunitariosalinas@gmail.com)



## Anexo 7 Cotización de Señal X (vallas Publicitarias)



### VALLAS A NIVEL NACIONAL

2 mensajes

Alexandrade Ulloa - Señal X Cia. Ltda. <aulloa@senalx.com>

mié, 15 de may. de 2019 a la hora 3:07 PM

Responder a: aulloa@senalx.com

Para: valeriapaucar92@gmail.com

Cc: info@senalx.com

Estimada Valeria:

Reciba un cordial y atento saludo de mi parte y a la vez me permito detallarle según lo solicitado la información de nuestras vallas:

En este cuadro usted tiene el costo del alquiler de vallas según el tiempo que requiera:

Tiempo alquiler	A
1 mes	\$ 1.600
2 meses	\$ 2.500
3 meses	\$ 3.100
4 meses	\$ 4.100
5 meses	\$ 4.600
6 meses	\$ 4.900
9 meses	\$ 6.200
12 meses	\$ 7.500

Para revisar la disponibilidad de nuestras ubicaciones, deberá acceder a este link que lo llevará directamente a un power point con fotografías.

<https://app.box.com/s/e7x5znoexa87u65o961ek31fngcoyj3i>



## Universidad de Cuenca

Así como también en este otro enlace usted podría visualizar un video de 20 según en nuestra pantalla led ubicada en el Aeropuerto.

<https://app.box.com/s/z4dvru55l9tqr6n0hsx51do9s63r7gbz>

Cualquier inquietud o requerimiento adicional, estoy a las órdenes, no dude en comunicarse con nosotros o si gusta podemos agendar una cita para que un asesor comercial la visite.

Saludos Cordiales,

**Ma. Alexandra Ulloa,  
Asistente de Gerencia**

PBX: (593 7) 2864911 ext: 104

Celular: 0995165596

E-mail: [ulloa@senalx.com](mailto:ulloa@senalx.com)

[www.senalx.com](http://www.senalx.com)



Con la certificación de:



\*\*\*\*\*

No imprima este e-mail a menos que sea absolutamente necesario; piense en el medio ambiente.

¿Sabías que solo 1 de cada 10 hojas impresas en las oficinas es leída?

Haz una diferencia enviando e-mails en vez de imprimir oficios

Valeria Paucar <[valeriapaucar92@gmail.com](mailto:valeriapaucar92@gmail.com)>  
Para: [aulloa@senalx.com](mailto:aulloa@senalx.com)  
Cc: [info@senalx.com](mailto:info@senalx.com)

mié., 15 de may. de 2019 a la hora 4:07 PM

Gracias por la información.



Libre de virus. [www.avast.com](http://www.avast.com)

[Texto citado oculto]



**Anexo 8** Cotización de TV7 (canal de Guaranda).



## Propuesta

### Comercial TV y Difusión Masiva

El medio de comunicación "TV7 Guaranda", y quienes conformamos esta distinguida Empresa, a través de la presente hacemos llegar un respetuoso saludo y a la vez deseándole éxitos en su negocio.

En la actualidad, las redes sociales son la plataforma más trascendental para cumplir el principio de comunicación, el cual es informar, educar y difundir contenido a toda la población. De esta manera damos a conocer la oportunidad que tenemos en nuestro medio de comunicación digital a través de la red social Facebook para llegar a miles de personas a nivel Local, Regional, Nacional e Internacional.

TV7 Guaranda, cuenta con el equipo de última tecnología permitiendo ejecutar este tipo de actividades comunicacionales. TV7 se encarga de:

1. Realizar un video de 30 a 40 segundos con equipos necesarios según el guion técnico y literario.
2. El video se TRANSMITIRÁ en el canal online y en los comerciales de los programas que tenemos como #SomosBolívar, #Perfiles, #LaNoche y #Noticias7
3. Este video SE COMPARTIRÁ en las redes sociales del negocio, institución, etc. En caso de no contar con redes sociales CREAREMOS SU PÁGINA y se compartirá en el canal con un alcance de mas de 100.000 SEGUIDORES.
4. Se entrevistarán a las autoridades del negocio, institución, etc. en los programas QUE TRANSMITIMOS semanalmente como parte del paquete



- promocional, según la estrategia.
5. El valor mensual **POR LANZAMIENTO** es de 70 USD más IVA.
  6. La promoción de realización del video se hará al contratar mínimo 3 meses en adelante. En caso de aprovechar esta oportunidad al tercer mes HAREMOS OTRO VIDEO, para cambiar y refrescar la imagen
  7. También se dará la oportunidad de que se transmita las publicaciones que el cliente requiera siempre que se nos pase en forma de publicidad en las redes del canal.

Agradecemos la atención brindada

**Atentamente**

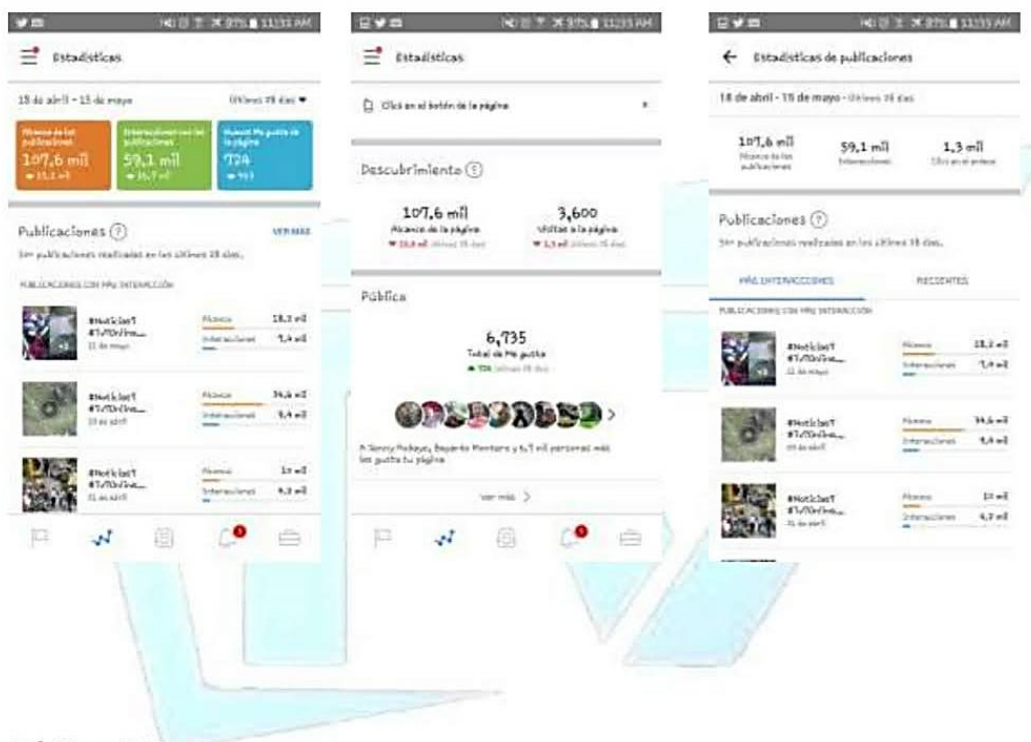
**EMILIO JOSE SANCHEZ COLOMA**

**GERENTE GENERAL TV7**

Dirección: Sucre y García Moreno

Teléfonos: 032552649/ 0994512968





Código QR:



Nota: Por ser una propuesta de cliente preferencial, el precio establecido tiene vigencia limitada de 15 días.

Contactos: 0994512968(Whatsapp)- 032552640/ tv7guaranda@Hotmail.com





## Anexo 9 Cotización de Urdesa.



COTIZACION URDESA # 00005414

Página 1

<b>CLIENTE:</b>	<b>R.U.C.:</b>
<b>DIRECCION:</b>	<b>TELEFONOS:</b>
<b>BODEGA:</b> 015 <b>VEND:</b> VENTAS URDESA	<b>EMISION:</b> 22/05/2019 <b>VENCTO:</b> 22/05/2019
<b>CONCEPTO:</b> VALERIA PAUCAR - 0983405524 - valeriapaucar92@gmail.com	

Producto	Descripción del Producto	Imagen	Presentacion	Precio Unitario	Cantidad	IMPORTE
IA-AER-6-36	COCINA 6 HORNILLAS Y HORNO ASBER 915 X 813 X 900		UNIDAD	\$ 2,500.00	1.00	\$ 2,500.00
	COCINA 6 HORNILLAS Y HORNO ASBER 915X813X900					
IA-AEMG-24	PLANCHA ASADORA ASBER		UNIDAD	\$ 1,050.00	1.00	\$ 1,050.00
	PLANCHA ASADORA MED: 610X813X300 MM / 48000 BTU					
ID-NE-12521	HORNO MICROONDA PANASONIC 1200 WATT		UNIDAD	\$ 1,785.00	1.00	\$ 1,785.00
	60 ALMOHADILLAS DE MEMORIA PROGRAMABLES					
IU-FFT-1418OR	BANDEJAS PLASTICA DE COLOR NARANJA DE 14"X18"UPDATE		UNIDAD	\$ 4.80	5.00	\$ 24.00
	BANDEJAS PLASTICA DE COLOR NARANJA DE 14"X28" UPDATE					
IF-CAFN-801	CONGELADOR FAGOR 1 PTA 230V 60 HZ.		UNIDAD	\$ 2,698.00	1.00	\$ 2,698.00
	CONGELADOR FAGOR 1 PUERTAS 69,3X82,6X200,8 cm 60hz					
IF-CMFP-135-GN	MESA REFRIGERADA 2 PTAS FAGOR 134,2X70X85 CM 230V 50/60 HZ.		UNIDAD	\$ 1,930.00	1.00	\$ 1,930.00
	MESA FRIA FAGOR 2 PTAS 134,2X70X85 cm 50/60hz					
PT-16-2-30	MESA DE TRABAJO TIPO PARED C/REPISA Y POZO EN ACE INOX		UNIDAD	\$ 777.00	1.00	\$ 777.00
	MESA DE TRABAJO TIPO PARED EN AC INOX 180 x 60 x 90MEDIDAS 200 X 60 X 90					



<b>CLIENTE:</b>	<b>R.U.C.:</b>
<b>DIRECCION:</b>	<b>TELEFONOS:</b>
<b>BODEGA:</b> 015 <b>VEND:</b> VENTAS URDESA	<b>EMISION:</b> 22/05/2019 <b>VENCTO:</b> 22/05/2019
<b>CONCEPTO:</b> VALERIA PAUCAR - 0983405524 - valeriapaucar92@gmail.com	

Producto	Descripción del Producto	Imagen	Presentacion	Precio Unitario	Cantidad	IMPORTE
----------	--------------------------	--------	--------------	-----------------	----------	---------

PT-16-2-6	MESA DE TRABAJO TIPO ISLA 200 X 60 X 90		UNIDAD	\$ 616.00	2.00	\$ 1,232.00
-----------	---	--	--------	-----------	------	-------------

Mesa de Trabajo Tipo Isla 90 x 90 x 90



ID-AF3550	FREIDORA A GAS AMERICARANGER CAP: 35-50 LTS 120000 BTU		UNIDAD	\$ 1,685.04	1.00	\$ 1,685.04
-----------	--	--	--------	-------------	------	-------------

FREIDORA A GAS AMERICAN RANGE



<b>SON:</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>13,681.04</b>
<b>QUINCE MIL TRESCIENTOS VEINTE Y DOS CON 76/100 DOLARES</b>	<b>DESCUENTOS</b>	<b>0.00</b>
	<b>I.V.A.</b>	<b>1,641.72</b>
	<b>TOTAL US\$</b>	<b>15,322.76</b>

Los precios de la siguiente Cotización están sujetos a cambio sin previo aviso.

Matriz: Chile 1810/12 y Gomez Rendon  
 Telefono: 2414-732 - 2414-775  
 Email: Ventas@ibea.com.ec  
 Sucursal: Urdesa Central Av. Jorge Perez Concha 321 y calle diagonal  
 Telefono: 6007373 - 2386121  
 Email: Infosucursal@ibea.com.ec - rgarcia@ibeasa.com

VENDEDOR



Anexo 10 Costo de productos en Costurin.

<div style="text-align: center;"> <p><b>COSTURASINTERNACIONALES CIA LTDA</b> COSTURAS INTERNACIONALES</p> <p><small>Dirección Matriz: LA CERAMICA VIA A RACAR S/N Dirección Sucursal: AV LOJA S/N Y LOS CONQUISTADORES Contribuyente Especial Nro: 031 Obligado A Llevar Contabilidad: SI</small></p> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p><small>Fecha Emisión: 18/05/2019</small></p> <p><small>Cédula/RUC: [REDACTED]</small></p> <p><small>Razón Social: [REDACTED]</small></p> </div>	<p style="text-align: center;"><b>R.U.C.: 0190405729001</b></p> <p style="text-align: center;"><b>FACTURA</b></p> <p style="text-align: center;">NÚMERO DE AUTORIZACIÓN [REDACTED]</p> <p><small>FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN: [REDACTED]</small></p> <p><b>AMBIENTE:</b> PRODUCCION <b>EMISIÓN:</b> NORMAL</p> <p style="text-align: center;"><b>CLAVE DE ACCESO</b></p> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: 8px;">1605201901019040572900120058010000011068522588618</p> </div>
---	---

Cod. Principal	Cant	Descripción	Detalles Adicionales	Precio Unit.	Descuento	Precio Total
2SED001	21.0000	COBERTOR ITALIA 2 PLAZAS	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 30	24.2200	152.59	356.03
2SED011	40.0000	COBERTOR ITALIA DE 1 1/2PLZ	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 30	22.8500	274.20	639.80
2CAS015	12.0000	CASACA DE MUJER PRECIOSY TALLA M	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 15	8.5000	15.30	86.70
2SCO352	15.0000	CORTINA P/BANO POLIESTER 1.80 X 1.80	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 15	4.1400	9.32	52.78
2SPM060	12.0000	PANO MULTIUSO ULTRA-ABSORV 30X40CM	Medida: JUEGO, Bodega: 20, Descuento: 02	0.6300	0.15	7.41
2STO16B	12.0000	ALFOMBRA TOALLA DE BA O	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 03	3.7000	1.33	43.07
2SA0103	66.0000	SABANAS ROYAL LLANA 1.1/2PLZ FUNDA	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 32	9.9700	210.57	447.45
2SA0104	6.0000	SABANAS ROYAL LLANA 2PLZ FUNDA ALM	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 32	12.3200	23.65	50.27
2SCOB62	36.0000	COBIA PRECIOSY 1-1/2PLZ 160X220CM	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 22	9.5600	75.72	268.44
2STOC80	6.0000	TOALLA DE COCINA 30 X 50	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 15	1.1000	0.99	5.61
2STO168	36.0000	ALFOMBRA CORAL FLEECE 40X60	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 08	2.1100	6.08	69.88
2STO801	36.0000	SET TOALLA WEST POINT 3 PIEZAS BEIGE	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 15	9.4100	50.81	287.95
2SA0111	2.0000	SABANAS ROYAL LLANA 3PLZ FUNDA ALM	Medida: UNIDAD, Bodega: 20, Descuento: 10	17.2100	3.44	30.98



## Universidad de Cuenca

### Anexo 11 Precios de productos de JAHER

# JAHER

**CORPORACION JARRIN HERRERA CIA.LTDA.**

Dir Matriz: Cuenca; Av. Remigio Crespo 4-81 y Ricardo Muñoz

Dir Sucursal: Vía a San Juan Loma SN SN

Contribuyente especial Nro: 474

Obligado a llevar contabilidad: SI

RUC: 0190168190001

**FACTURA**

No.

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN

FECHA Y HORA DE 2019-05-07 11:58:17

AUTORIZACIÓN:

AMBIENTE: PRODUCCION

EMISIÓN: EMISION NORMAL

CLAVE DE ACCESO: 0705201901019016819000120465010000001102086172613



Fecha: 2019-05-07

Solicitud: 1044289

Agente: 110754

Ref: PZX000110

Razón Social/ Nombres y Apellidos:

Teléfono: 072000000

Dirección:

Guía Remisión:

Email:

Código	Descripción	Cant.	Precio Unitario	Descuento	Total
13BL0079B	LAVADORA WHIRLPOOL 7MW1808AVCapacidad 39 libras C51221849	1	1,875.06	1,635.39	239.67
KSP0006	INSTALACION Y ASISTENCIA TECNICA A DOMICILIO (EQUIPO ELECTRONICO) *	1	63.90	0.00	63.90
13VI0024B	VAJILLA CERAMICA ANDINA *	1	51.47	0.00	51.47
CA190219-224					
XCZ2000	INTERES POR VENTA A CREDITO	1	35.35	0.00	35.35
13EE1564B	CAJA AMPLIFICADORA KREY AVX-4000 15.000WATTS AVX40000833	1	184.66	109.20	75.46
13UN2297B	SET LEXING LICOR Y 6 VASOS VC 9149E *	1	21.74	0.00	21.74
9149-181204-29					
XCZ2000	INTERES POR VENTA A CREDITO	1	9.70	0.00	9.70
13CMCG0004B	IMPRESORA EPSON L3110 MULTIFUNCION, COPIADORA X544093290	1	288.76	0.01	288.75
YYY0002	GARANTIA 2 AÑOS MAS GARANTIA *	1	70.31	0.00	70.31
XCZ2000	INTERES POR VENTA A CREDITO	1	38.68	0.00	38.68

### Anexo 12 Costo de productos en Costuras Internacionales.

\*\*\*\*\* PEDIDO DE VENTA \*\*\*\*\*

ICAJAS 18:07:13

EMPRESA : COSTURAS INTERNACIONALES

SUCURSAL : RACAR

< # Pedido: 00072399 76 >>>

Bodega:20

BodegaDes:

Fecha: 30/04/2019

Cliente: 421740 1

FechaAprueba:

Entrega Aproximada:

Agente: 14

ILBAY JORGE IVAN

Pedido Manual:

ERP

Ciudad: AMBATO

Direccion:CALLE ESPEJO 202 Y CASAHUALA

Folio:

Observacion:

Codigo	Articulo	Referencia	CxUn	Emen	Emay	UMEDIDA	Cantidad	Precio	%Dt	Total	Despac
2SCP001	PIE DE CAMA T/CHENILLE 80X230		36	1	1	UNIDAD	36.00	13.830	.2167	497.8800	
2SA0605	SABANA TERMICA ECLIPSE 1 1/2PL	SABANA TER	46	1	1	UNIDAD	46.00	14.970	.2400	688.6200	
2SC0B62	CORRIJA PRECIOSY 1-1/2PLZ 160X220CM	99999	46	1	1	UNIDAD	46.00	9.560	.2812	439.7600	
2SPM060	PANO MULTIUSO ULTRA-ABSORV 30X40CM	PANO MULTI	12	1	1	JUEGO	12.00	0.630	.0688	7.5600	
2ST0150	SET TOALLA WEST POINT PREMIUM 3 PIEZAS		46	1	1	PAQUET	46.00	9.410	.2167	432.8600	
2ST0178	ALFOMERA ESPA?OLA 50 X 70		12	1	1	UNDIAD	12.00	4.570	.0784	54.8400	
2STOC60	TOALLA DE COCINA 30 X 50		6	1	1	UNIDAD	6.00	1.100	.2167	6.6000	





Anexo 13 Precios de productos en Gerardo Ortiz & Hijos CIA. LTDA.



PEDIDO DE VENTA  
GERARDO ORTIZ & HIJOS CIA LTDA

Nº.967722

Tipo: 76  
Pag 1 de 1

Cliente: 421740 1  
Ciudad:  
Agente: 203 - ARIAS GERMAN EDUARDO  
Impreso por: GAVERA 02/05/2019 11:58:40  
Observ:  
Info Adic:

Bodega Sugerida: 64  
Fecha Creacion: 5/2/19 11:36 a.m.  
Fecha Aprobacion: 5/2/19 11:45 a.m.  
Entrega Aprox:  
Origen / P.Manual: W / ERP

Codigo	Articulo	Referencia	CxUn	Medida	Cantidad	Precio	%Desc	Total	
51PC015	VASO MARACATU 2018	2018	x(36)	UNIDAD	36.00	0.2400	0.00	8.6400	
56TRDDA	TRA JGO CUCHILLOS 9PZAS AFFILATA	23699/051	x(4)	UNIDAD	1.00	20.1000	5.00	19.0950	
56TR55E	TRA JGO SARTEN/BISTEQUERA 2PZ 20199/059	99999	x(6)	JUEGO	1.00	14.0300	5.00	13.3285	
56TR5BC	TRA SARTEN HONDA 20140/628	20140/628	x(6)	UNIDAD	2.00	14.2000	0.00	28.4000	
56URP00	RODILLO DE SILICONA H15288	H15288	x(48)	UNIDAD	1.00	2.7900	5.00	2.6505	
57CIA04	ARMADOR DE ALAMBRE 12PC 64089	001	x(60)	UNIDAD	5.00	1.2700	5.00	6.0325	
57PXZ2A	COLADOR AC.INOX. 5QT 28CM MH-105	CL-400	x(36)	UNIDAD	2.00	2.6800	5.00	5.0920	
57PXZU2	RALLADOR 4 LADOS ACERO INOX. 357	357	x(96)	UNIDAD	1.00	2.3800	5.00	2.2610	
5H00061	BATIDORA MEZCLADOR DE 5 VEL 62509RY	62509RY	x(4)	UNIDAD	1.00	13.2000	5.00	12.5400	
5MMPA1L	PLANCHADOR METALICO 1548H6-25/Z3-25 (15"	1548H6-25/Z3-25	x(4)	UNIDAD	1.00	19.7900	5.00	18.8005	
51PC00V	JARRA GLACIAL 5413	105413011	x(6)	UNIDAD	12.00	1.4600	5.00	16.6440	
56MG005	OLLA A PRESION 7.5LT DIN8 01OPDINAM08	01OPPRAPL75	x(4)	UNIDAD	1.00	73.7500	5.00	70.0625	
56TR55E	TRA JGO SARTEN/BISTEQUERA 2PZ 20199/059	99999	x(6)	JUEGO	1.00	14.0300	5.00	13.3285	
56TR55M	TRA SARTEN 20CM PARIS 20150/620	20150/620	x(6)	UNIDAD	1.00	6.3600	5.00	6.0420	
56URP19	GUANTE DE SILICONA H15368	H15368	x(96)	UNIDAD	2.00	1.9100	5.00	3.6290	
57AM035	ACCESORIO METAL PARA BANO B53249		x(12)	UNIDAD	12.00	4.8700	5.00	55.5180	
57AM8G9	ACCESORIO METAL GANCHOS COLGANTES	99999	x(12)	UNIDAD	1.00	4.4600	5.00	4.2370	
57AMK0H	BASURERO 10L CUADRADO T-F5810SS	T-F5810SS	x(4)	UNIDAD	12.00	11.9200	5.00	135.8880	
57IMS35	WOK AD 32CM PROFESIONAL 5861026140	5861026140/0502500N	x(6)	UNIDAD	2.00	23.2000	5.00	44.0800	
57PH413	DESOBSTRUIDOR DE CANERIA 4910		x(48)	UNIDAD	2.00	2.6600	15.00	4.5220	
57PXZ6D	PORTA SERVILETA ACER INOX	57PXZ6D	x(100)	UNIDAD	12.00	2.2300	5.00	25.4220	
57PXZE4	CUCHARON ACER INOX 8OZ MH-317	CKT-1055	x(144)	UNIDAD	2.00	1.6200	6.00	3.0780	
57PXZE6	CUCHARA MULTIUSO ACER INOX 0.6MM MH-	99999	x(240)	UNIDAD	2.00	0.4300	5.00	0.8170	
57PXZE9	ESPUMADERA ACER INOX 0.6MM MH-312	99999	x(240)	UNIDAD	2.00	0.5400	5.00	1.0260	
57PXZG7	BOWL PROFUNDO ACER. INOX 32CM	32CMB	x(72)	UNIDAD	2.00	2.7100	5.00	5.1490	
5H00061	LICUADORA C/PROCESADOR 58149 HAMILTON	HAMILTON BEACH	x(2)	UNIDAD	1.00	48.0600	5.00	45.6570	
5H00078	PLANCHA PARA ROPA HAMILTON 14710	14710	x(4)	UNIDAD	1.00	25.1200	5.00	23.8640	
5H0009A	MAQUINA EXPRESSO Y CAPUCCINO 40715	40715 HAMILTON	x(1)	UNIDAD	1.00	103.5800	5.00	98.4010	
5K11461	SOPORTE TRIPODE/THUNDER SOUND/GO-	GO-QFSS-01	x(6)	UNIDAD	1.00	5.0100	5.00	4.7595	
5LAM00A	LAMPARA DE VELADOR JT2149	2149	x(18)	UNIDAD	12.00	6.9100	7.00	77.1165	
5LC0572	COOLER COLEM PLIQUI 300735/858/33396 5GL	3000000735/858/33396	x(2)	UNIDAD	1.00	35.2000	5.00	33.4400	
Elaborado: GAVERA									
5C125RW	CALEFACTOR MIDEA NY1507-17LA 4648	NY1507-17LA	x(1)	UNIDAD	3	4.00	51.6900	20.00	165.4080
5C13707	CONGELADOR MIDEA BLANCO 295L 10.4CF	295L 10.4CF HS-384C/N	x(1)	UNIDAD	2.00	290.0900	15.98	487.4829	
7T10917	TELEVISOR LED L32S8500S TV	TELEVISOR LED	x(1)	UNIDAD	3.00	288.0000	31.50	587.7669	
51PC00V	JARRA GLACIAL 5413	105413011	x(6)	UNIDAD	12.00	1.4600	9.75	15.8118	
56TR55M	TRA SARTEN 20CM PARIS 20150/620	20150/620	x(6)	UNIDAD	1.00	6.3600	9.75	5.7399	
56URP19	GUANTE DE SILICONA H15368	H15368	x(96)	UNIDAD	2.00	1.9100	9.75	3.4475	
57AM8G5	ACCESORIO METAL GANCHOS COLGANTES	B53946-5 99999	x(20)	UNIDAD	12.00	4.3700	9.75	47.3271	
57AMK0H	BASURERO 10L CUADRADO T-F5810SS	T-F5810SS	x(4)	UNIDAD	12.00	11.9200	9.75	129.0936	
57IMS35	WOK AD 32CM PROFESIONAL 5861026140	5861026140/0502500N	x(6)	UNIDAD	2.00	23.2000	9.75	41.8760	
57PH413	DESOBSTRUIDOR DE CANERIA 4910		x(48)	UNIDAD	2.00	2.6600	15.00	4.5220	
57PXZE4	CUCHARON ACER INOX 8OZ MH-317	CKT-1055	x(144)	UNIDAD	2.00	1.6200	9.75	2.9241	
57PXZE6	CUCHARA MULTIUSO ACER INOX 0.6MM MH-	99999	x(240)	UNIDAD	2.00	0.4300	9.75	0.7762	
57PXZE9	ESPUMADERA ACER INOX 0.6MM MH-312	99999	x(240)	UNIDAD	2.00	0.5400	9.75	0.9747	
57PXZG7	BOWL PROFUNDO ACER. INOX 32CM	32CMB	x(72)	UNIDAD	2.00	2.7100	9.75	4.8915	
5H00061	LICUADORA C/PROCESADOR 58149 HAMILTON	HAMILTON BEACH	x(2)	UNIDAD	1.00	48.0600	5.00	45.6570	
5H00078	PLANCHA PARA ROPA HAMILTON 14710	14710	x(4)	UNIDAD	1.00	25.1200	5.00	23.8640	
5H0009A	MAQUINA EXPRESSO Y CAPUCCINO 40715	40715 HAMILTON	x(1)	UNIDAD	1.00	103.5800	5.00	98.4010	
5K11461	SOPORTE TRIPODE/THUNDER SOUND/GO-	GO-QFSS-01	x(6)	UNIDAD	1.00	5.0100	5.00	4.7595	
5LAM00A	LAMPARA DE VELADOR JT2149	2149	x(18) 12	UNIDAD	12.00	6.9100	11.85	73.2598	
5LC0572	COOLER COLEM PLIQUI 300735/858/33396 5GL	3000000735/858/33396	x(2)	UNIDAD	1.00	35.2000	9.75	31.7660	
Elaborado: GVERA									



Anexo 14 Precios de productos de Gerardo Ortiz e Hijos CIA. LTDA.

**GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA. LTDA.**  
MATRIZ: KM 1.5 AV. CARLOS J. AROSEMENA S/N  
GUAYASQUIL - ECUADOR  
TELEFONO: 042207111 COMUTADOR: 042207112  
\*\*\* CORAL RACAR \*\*\*  
SUCURSAL: AV. ABELARDO J. ANDRADE SAN PEDRO DE RACAR  
CUENCA - ECUADOR  
RUC: 0190072002001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL  
RESOLUCION NO. 3257 DEL 26/JULIO/1996  
FECHA/HORA AUTORIZA 05/06/2019 19:36:35  
AMBIENTE: PRODUCCION ENTISTON: NORMAL

**FACTURA NO: 013-904-000183521**

NUMERO DE AUTORIZACION:  
0506201901019007200200120139040001835213464043117

REFERENCIA No: 2407356 F. EMISION.: 2019-06-05  
CLIENTE..... 421740 RUC/CI..... 1802852481001  
TUAPANTA CRISTOLLO CARMELINA MARLENE  
DIRECCION..... CALLE ESPEJO 202 Y CASAHUALA  
TELEFONO..... 032422558 HORA..... 19:36:35  
VENDEDOR..... 203

USUARIO..... JQUEZADA CAJA No.: 934  
CONTADO..... 0.00 BANCOS..... 0.00  
CREDITO..... 193.69 RECTOS..... 0.00  
FORMA PAGO..... CREDITO CAMBIO..... 0.00

PRODUCT	CANT	U. ME	DESC	TOTAL
2SC0114 CORTINA JACKAN DOBLE PANEL C/CEN UNIDAD	10.0000	14.6374	0.0300	141.9828 I
2SC1502 PROTECTOR PARA COLCHON 2.1/2 PLZ UNIDAD	1.0000	12.9603	0.0000	12.9603 I
5K1148I SOPORTE P/TV 13"-42" (MEO1-220A UNIDAD	3.0000	3.8414	0.0500	10.9480 I
57CIA02 ARMADOR DE ALAMBRE 64087 UNIDAD	2.0000	2.2800	0.0500	4.3330 I
58PER30 REPOSTERO PEQUENO ACABILLO UNIDAD	2.0000	0.7150	0.1500	1.2113 I
58PEE20 EXPRIMIDOR DE LIMON GRANDE 21.5X6 UNIDAD	1.0000	0.3800	0.0000	0.3804 I
58PER71 REPOSTERO TAPA ROSCA AZUL GRANDE UNIDAD	1.0000	1.1335	0.0000	1.1335 I
SUBTOTAL	12.00%			172.94
IVA	12.00%			20.75
SUBTOTAL	0.00%			0.00
VALOR A PAGAR				193.69



Anexo 15 Precios de productos en Lamitex.

 <b>Lamitex</b> <i>confeccionando sueños</i> <b>COMPANIA DE LAMINADOS Y TEXTILES LAMITEX SA</b>  LAMITEX S.A. Dirección Matriz: PECHICHE SOLAR 6 Y PERIMETRAL LOS MANGOS Dirección Sucursal: CORNELIO VINTIMILLA (JUNTO A PROLACEM) Contribuyente Especial Nro: 5544 Obligado A Llevar Contabilidad: SI		<b>R.U.C.: 0190104567001</b> <b>FACTURA</b>  NÚMERO DE AUTORIZACIÓN  FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN: 08/05/2019 16:12:45 AMBIENTE: PRODUCCION EMISIÓN: NORMAL  <b>CLAVE DE ACCESO</b>  0805201901019010456700120158010000011372489772511	
Fecha Emisión: Cédula/RUC: Razón Social:			

Cód. Principal	Cant.	Descripción	Detalles Adicionales	Precio Unit.	Descuento	Precio Total
2501525	37.0000	PROTECTOR DE COLCHON CLOUD 106X190 CM	Medida: UNIDAD, Protege: 6 Descuento: 30	12.1000	134.31	313.39
2501516	3.0000	PROTECTOR POCO CHON CLOUD ACOLCHADO	Medida: UNIDAD, Sodega: 6 Descuento: 30	17.1350	15.47	35.98
3410207	40.0000	ALMOHADA AVESORUZ 45X60CM	Medida: UNIDAD, Sodega: 6 Descuento: 25	3.5900	35.28	105.85



## Anexo 16 Crédito CFN

11/9/2019

CFN - Simulador de Crédito



(<http://www.presidencia.gob.ec/>)

Página CFN (<http://www.cfn.fin.ec/>) / Simuladores /

CONDICIONES GENERALES DE LA SIMULACIÓN DE CRÉDITO			
Segmento Crédito	Crédito Productivo	Subsegmento de Crédito	Productivo Pymes
Sistema de Amortización	Francesa		
Producto	Activo Fijo (Inmuebles Hasta 180 meses)		
DATOS DE FINANCIAMIENTO			
Monto Capital Solicitado	\$270,750.00 dólares	Monto de crédito solicitado por el cliente	
Monto de Capital a Desembolsar	\$270,750.00 dólares	Monto de crédito a ser desembolsado	
Plazo	60 meses	Plazo solicitado del préstamo	
Periodicidad de Pago	Mensual		
Tasa de Interés Nominal	8.95%	Es la tasa básica que se nombra o declara en la operación; es decir, tipo de interés que se causa sobre el valor nominal de una transacción financiera.	
Tasa de Interés Efectiva	9.33%	Es la tasa de interés que se obtiene como resultado del período de capitalización (mensual, trimestral o semestral) que se calcula para el pago de la cuota a lo largo del plazo de vigencia del préstamo.	
Valor de Cuota	\$5,613.76	Es el valor a cancelar de acuerdo a la periodicidad de capital e intereses.	
Número de Cuotas	60	Número de cuotas a cancelar en el transcurso del crédito.	
Suma de Cuotas	\$336,825.41	Es el valor total del capital e intereses por la vigencia por la vigencia del crédito.	
Carga Financiera	\$66,075.41	Es el valor correspondiente a los intereses generados en el transcurso del crédito.	
Relación Valor Total/Monto Solicitado de Capital	1.24	Es la relación entre el valor total (capital e intereses) y el monto solicitado.	

NOTAS EXPLICATIVAS E INFORMATIVAS	
Los valores presentados en esta simulación de crédito son solamente una guía de carácter informativo con valores aproximados. No conlleva responsabilidad alguna de la Corporación Financiera Nacional B.P. para la entrega de recursos sobre esta simulación.	
Esta información cambia sin previo aviso, los pagos periódicos al tener tasa reajutable cada 90 días, pueden aumentarse o reducirse, según la tasa vigente.	
Los gastos financieros no incluyen pagos adicionales a terceros, ni valores de comisiones u otros gastos de instrumentación de crédito.	
Monto mínimo de financiamiento.- Desde USD 50.000 por cada cliente.	
<b>CONCEPTOS BÁSICOS</b>	
1. <b>Tasa de interés:</b> Precio que se paga por el uso del dinero durante determinado período. Es el porcentaje de rendimiento o costo, respecto al capital comprometido por un crédito.	
2. <b>Tasa de interés activa:</b> Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca.	
3. <b>Tasa activa de interés nominal:</b> Es la tasa básica que se nombra o declara en la operación; es decir, tipo de interés que se causa sobre el valor nominal de una transacción financiera.	
<b>Tipo de tabla de amortización</b>	
<b>Francés o dividendos iguales:</b> Aquel que genera de pagos periódicos iguales, cuyos valores de amortización del capital son crecientes en cada período, y los valores de intereses sobre el capital adeudado son decrecientes.	
<b>Alemán o cuotas de capital iguales:</b> Aquel que genera dividendos de pago periódicos decrecientes, cuyos valores de amortización del capital son iguales para cada período y los valores de intereses sobre el capital son decrecientes.	

Numero_Cuota	Fecha	Saldo_Capital	Capital	Interes	Valor_Cuota
0	11/09/2019	270,750.00			
1	11/10/2019	267,155.59	3,594.41	2,019.34	5,613.76
2	10/11/2019	263,534.37	3,621.22	1,992.54	5,613.76
3	10/12/2019	259,886.14	3,648.23	1,965.53	5,613.76
4	09/01/2020	256,210.70	3,675.44	1,938.32	5,613.76
5	08/02/2020	252,507.84	3,702.85	1,910.90	5,613.76
6	09/03/2020	248,777.38	3,730.47	1,883.29	5,613.76
7	08/04/2020	245,019.08	3,758.29	1,855.46	5,613.76
8	08/05/2020	241,232.76	3,786.32	1,827.43	5,613.76
9	07/06/2020	237,418.20	3,814.56	1,799.19	5,613.76
10	07/07/2020	233,575.19	3,843.01	1,770.74	5,613.76
11	06/08/2020	229,703.51	3,871.68	1,742.08	5,613.76
12	05/09/2020	225,802.96	3,900.55	1,713.21	5,613.76
13	05/10/2020	221,873.32	3,929.64	1,684.11	5,613.76
14	04/11/2020	217,914.36	3,958.95	1,654.81	5,613.76
15	04/12/2020	213,925.89	3,988.48	1,625.28	5,613.76
16	03/01/2021	209,907.66	4,018.23	1,595.53	5,613.76
17	02/02/2021	205,859.46	4,048.20	1,565.56	5,613.76
18	04/03/2021	201,781.08	4,078.39	1,535.37	5,613.76
19	03/04/2021	197,672.27	4,108.81	1,504.95	5,613.76
20	03/05/2021	193,532.82	4,139.45	1,474.31	5,613.76
21	02/06/2021	189,362.49	4,170.32	1,443.43	5,613.76
22	02/07/2021	185,161.07	4,201.43	1,412.33	5,613.76
23	01/08/2021	180,928.30	4,232.76	1,380.99	5,613.76
24	31/08/2021	176,663.97	4,264.33	1,349.42	5,613.76

<https://ibanking.cfn.fin.ec/SimulatorServiceWebSite/CreditSimulator.aspx>

1/2



11/9/2019


CFN - Simulador de Crédito

25	30/09/2021	172,367.83	4,296.14	1,317.62	5,613.76
26	30/10/2021	168,039.65	4,328.18	1,285.58	5,613.76
27	29/11/2021	163,679.19	4,360.46	1,253.30	5,613.76
28	29/12/2021	159,286.21	4,392.98	1,220.77	5,613.76
29	28/01/2022	154,860.46	4,425.75	1,188.01	5,613.76
30	27/02/2022	150,401.70	4,458.76	1,155.00	5,613.76
31	29/03/2022	145,909.69	4,492.01	1,121.75	5,613.76
32	28/04/2022	141,384.18	4,525.51	1,088.24	5,613.76
33	28/05/2022	136,824.91	4,559.27	1,054.49	5,613.76
34	27/06/2022	132,231.64	4,593.27	1,020.49	5,613.76
35	27/07/2022	127,604.11	4,627.53	986.23	5,613.76
36	26/08/2022	122,942.07	4,662.04	951.71	5,613.76
37	25/09/2022	118,245.26	4,696.81	916.94	5,613.76
38	25/10/2022	113,513.41	4,731.84	881.91	5,613.76
39	24/11/2022	108,746.28	4,767.14	846.62	5,613.76
40	24/12/2022	103,943.58	4,802.69	811.07	5,613.76
41	23/01/2023	99,105.07	4,838.51	775.25	5,613.76
42	22/02/2023	94,230.48	4,874.60	739.16	5,613.76
43	24/03/2023	89,319.52	4,910.95	702.80	5,613.76
44	23/04/2023	84,371.94	4,947.58	666.17	5,613.76
45	23/05/2023	79,387.46	4,984.48	629.27	5,613.76
46	22/06/2023	74,365.80	5,021.66	592.10	5,613.76
47	22/07/2023	69,306.69	5,059.11	554.64	5,613.76
48	21/08/2023	64,209.84	5,096.84	516.91	5,613.76
49	20/09/2023	59,074.98	5,134.86	478.90	5,613.76
50	20/10/2023	53,901.83	5,173.16	440.60	5,613.76
51	19/11/2023	48,690.09	5,211.74	402.02	5,613.76
52	19/12/2023	43,439.48	5,250.61	363.15	5,613.76
53	18/01/2024	38,149.71	5,289.77	323.99	5,613.76
54	17/02/2024	32,820.48	5,329.22	284.53	5,613.76
55	18/03/2024	27,451.51	5,368.97	244.79	5,613.76
56	17/04/2024	22,042.50	5,409.01	204.74	5,613.76
57	17/05/2024	16,593.14	5,449.36	164.40	5,613.76
58	16/06/2024	11,103.14	5,490.00	123.76	5,613.76
59	16/07/2024	5,572.20	5,530.95	82.81	5,613.76
60	15/08/2024	0.00	5,572.20	41.56	5,613.76
	-				
	TOTAL:		270,750.00	66,075.41	336,825.41


Imprimir


Empezar de Nuevo

## Anexo 17 Lista de requisitos para crédito directo CFN personas naturales


		<b>LISTA DE REQUISITOS GENERALES PARA CRÉDITO DIRECTO PERSONAS NATURALES</b>		<b>CÓDIGO: R-GCC-AC-17</b> <b>VERSIÓN: 05</b> <b>AÑO: 2019</b> <b>PÁGINA 1 de 5</b>
REQUISITOS GENERALES	REQUERIDO	RECIBIDO		
		SI	NO	
<b>Solicitud y Anexos</b>				
1. Solicitudes de financiamiento debidamente firmadas (deudor y garante codeudor de ser el caso) (Formato CFN). (Debe incluirse la firma de los cónyuges de personas de estado civil casado o unión de hecho sin liquidación de sociedad conyugal.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Carta de Autorización a Terceros (Formato CFN), en caso de requerirse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Copia de Oficio de Atención en sucursal diferente con sello de recepción de Secretaría General, dirigido al Subgerente General de Negocios o Gerente Regional o sus delegados, en caso de requerirlo. Se debe adjuntar soportes que respaldan la solicitud.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Nota:</b> Para clientes CFN B.P. deberán estar al día en el cumplimiento de las condiciones establecidas en las resoluciones aprobatorias de los créditos o PFB vigentes.				
<b>Datos del cliente y garante codeudor</b>				
<b>Deudor:</b>				
1. Copia del RUC o RISE, de ser el caso. <i>La actividad debe estar actualizada, debiendo constar la actividad económica del proyecto a ser financiado.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Copia de la escritura de liquidación de la sociedad conyugal, capitulaciones matrimoniales, debidamente inscrita en el Registro Civil, de ser el caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Copia de escritura de constitución Unión de Hecho inscrita en el Registro Civil, de ser el caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Planilla de servicio básico del último mes (confirmación de las direcciones detalladas en la solicitud: Dirección Administrativa, Planta, Domicilio).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>En caso de clientes extranjeros:</b>				
5. Copia de pasaporte a color (vigente).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. Certificado de Buró de crédito del país de origen debidamente apostillado o COFACE.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. Declaración de licitud de fondos debidamente apostillada o elevada a escritura pública en Ecuador.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Para el caso de deudor domiciliado en el extranjero deberá proponer un codeudor ecuatoriano, quien deberá cumplir con la presentación de requisitos establecidos para el Garante/Codeudor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Garante/codeudor, de ser el caso:</b>				
8. Planilla de servicio básico del último mes (confirmación de las direcciones detalladas en la solicitud: Dirección Administrativa, Planta, Domicilio).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. Copia de pasaporte a color garante y codeudores y su cónyuge (vigente), de ser el caso. Aplica únicamente para extranjeros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Copia de la escritura de liquidación de la sociedad conyugal, capitulaciones matrimoniales, debidamente inscrita en el Registro Civil, de ser el caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11. Copia de escritura de constitución Unión de Hecho inscrita en el Registro Civil, de ser el caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Certificados y Referencias</b>				
<b>Deudor:</b>				
1. Estado de cuenta de las tarjetas de crédito del deudor de los últimos tres meses.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Movimiento de cuentas de los últimos 6 meses. <i>No aplica para las personas ecuatorianas retornadas en los últimos 2 años.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Tablas de amortización de deudas vigentes con IFIs y Mercado de Valores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Referencias Bancarias originales firmadas (emitidas máximo un mes antes de la fecha de presentación de la solicitud de financiamiento).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. En caso de relación de dependencia debe presentar certificado laboral en el que conste: fecha de emisión, cargo, tiempo de servicio y remuneración percibida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Declaración anual del impuesto a la renta de los 3 últimos años; o pagos del RISE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. Declaración del impuesto al valor agregado IVA, al menos de los seis últimos meses, de ser el caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. Declaración patrimonial (cuando sus activos superen la base mínima exigible por el SRI).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Garante/Codeudor:</b>				
9. Estado de cuenta de las tarjetas de crédito del deudor de los últimos tres meses.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Movimiento de cuentas de los últimos 6 meses.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11. Cuando el garante codeudor sea una persona jurídica debe presentar el acta del organismo competente (Junta General o Directorio), autorizando al representante legal para suscribir los documentos concernientes a la concesión del crédito.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12. Referencias Bancarias originales firmadas (emitidas máximo un mes antes de la fecha de presentación de la solicitud de financiamiento).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	




		LISTA DE REQUISITOS GENERALES PARA CRÉDITO DIRECTO PERSONAS NATURALES		CÓDIGO: R-GCC-AC-17 VERSIÓN: 05 AÑO: 2019 PÁGINA 2 de 5
REQUISITOS GENERALES	REQUERIDO	RECIBIDO		
		SI	NO	
13. En caso de relación de dependencia debe presentar certificado laboral en el que conste: fecha de emisión, cargo, tiempo de servicio y remuneración percibida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Nota:</b> En relación a la información financiera serán los mismos requisitos establecidos para el deudor, en la sección "Información financiera histórica" acorde si el garante o codeudor es persona natural o jurídica.				
<b>Personas Políticamente Expuestas (PEP):</b>				
<i>Es la persona que desempeña o ha desempeñado funciones públicas destacadas en el país o en el exterior (...) y parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad y los colaboradores cercanos, con los cuales una persona expuesta políticamente (PEP) se encuentre asociada o vinculada.</i>				
1. Certificación de la institución pública en la cual ejerce el cargo, donde se evidencie: cargo o función que desempeña o ha desempeñado, escala de remuneración mensual unificada del nivel jerárquico superior del Ministerio de Trabajo, años en el cargo o función actual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Declaración Juramentada presentada a la Contraloría General del Estado por inicio de funciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Declaración Juramentada presentada a la Contraloría General del Estado periódica / fin de funciones, de ser el caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Declaración anual del impuesto a la renta de los 3 últimos años de la persona que ejerce o ejerció el cargo público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Documentos Legales</b>				
<b>En los casos que el Garante/ Codeudor y/o empresa relacionada corresponda a un Fideicomiso y/o en los casos que exista un fideicomiso constituido que vaya a ejecutar el proyecto deberá presentar</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1. Certificación de Control Preventivo de Lavado de Activos para Administradora de Fondos y Fideicomisos* (Formato CFN).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Certificado de Registro ante la Unidad de Análisis Financiero y Económico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Constitución del fideicomiso, RUC del fideicomiso, nombramiento del representante legal de la fiduciaria y RUC de la fiduciaria. Este requisito solo aplica en caso de garante/ codeudor.				
<b>Garantías y Avalúos</b>				
1. Presentar "Carta de propuesta de Garantías" (Formato CFN) <i>Se deberá incluir el bien donde se va a desarrollar el proyecto, así como aquellos a ser adquiridos con financiamiento CFN. Según sea el caso, deberá estar firmada por el propietario del bien: deudor o fiador hipotecario. En el caso de proyectos nuevos, dentro de las garantías totales ofrecidas a favor de CFN, las prendarias podrán ser de máximo el 50% de la cobertura mínima requerida por la CFN B.P.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Cuando el propietario del bien inmueble o mueble sea una Persona Jurídica que no sea del deudor, se deberán presentar el acta del organismo competente (Junta General o Directorio), autorizando la constitución de gravámenes (hipoteca o prenda) a favor de la CFN B.P.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Avalúo notariado de los bienes propuestos como garantía (inmuebles y muebles). <i>No aplica en el caso de bienes muebles nuevos a ser adquiridos. En caso de garantías ya constituidas a favor de CFN B.P. la antigüedad no será mayor a un año.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Copia de escritura de propiedad del bien inmueble a nombre del deudor, del fiador hipotecario o del vendedor del bien a ser financiado como activo fijo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. Pago de impuesto predial vigente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Certificado del Registrador de la Propiedad del Bien ( <i>En caso de no establecer la vigencia del certificado, se aceptará emitido máximo 60 días antes de la fecha de presentación de la solicitud de financiamiento</i> ).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Para bienes inmuebles urbanos:</b>				
7. Certificado de avalúos y catastro actualizado emitido por el GAD municipal correspondiente ( <i>En caso de no establecer la vigencia del certificado, se aceptará emitido al menos 60 días previos a la presentación de la solicitud</i> ). <i>Puede ser presentado previo a Instrumentación.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Para bienes inmuebles rústicos y rurales:</b>				
8. Certificado de No Afectación emitido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). <i>Previo a Instrumentación.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. Certificado de No Intersección emitido por el Ministerio del Ambiente (MAE), a través del Sistema Único de Información Ambiental (SUIA).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Certificado de avalúos y catastro actualizado emitido por el GAD municipal correspondiente ( <i>En caso de no establecer la vigencia del certificado, se aceptará emitido al menos 60 días previos a la presentación de la solicitud</i> ). <i>Puede ser presentado previo a Instrumentación.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>En caso de bienes inmuebles a ser financiados como activo fijo, se deberá presentar además:</b>				

		<b>LISTA DE REQUISITOS GENERALES PARA CRÉDITO DIRECTO PERSONAS NATURALES</b>		<b>CÓDIGO: R-GCC-AC-17</b>  <b>VERSIÓN: 05</b> <b>AÑO: 2019</b>  <b>PÁGINA 3 de 5</b>
REQUISITOS GENERALES	REQUERIDO	RECIBIDO		
		SI	NO	
<b>11. Escritura pública de compraventa. Previo instrumentación.</b> Para el análisis de la solicitud se debe presentar una declaración juramentada por parte del vendedor de que se encuentra en negociación de compraventa con el solicitante del crédito, especificando los términos de la negociación (precio, forma de pago). Para el desembolso se deberá contar con el porcentaje mínimo exigido de cobertura de garantía.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>En caso de bienes muebles a ser financiados como activo fijo, se deberá presentar además:</b> <b>12. Proformas.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>En caso de bienes muebles (no aplica en bienes a ser adquiridos), se deberá presentar</b> <b>13. Certificado de gravámenes emitido por el Registro Mercantil correspondiente.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>14. Facturas de los bienes muebles propuestos en garantía. En caso de automotores, la matrícula.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Información financiera histórica: Copias legibles de:</b>				
1. Balances internos de los 3 últimos años con información desagregada, debidamente firmado por el cliente y contador registrado. Pueden ser presentados en copia simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Balance interno original del corte actual con información desagregada, debidamente firmado por el cliente y contador, con una antigüedad no mayor a 60 días.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Nota: El cliente previo a Instrumentación debe encontrarse al día en sus obligaciones vigentes con los entes de control (SRI / IESS / SUPERCIAS / SENAE).</b>				
<b>Para sujetos de crédito que pertenecen a grupos económicos y/o a empresas relacionadas con participación accionaria superior al 20%: Copias legibles de:</b>				
1. Conformación y estructura accionaria del grupo económico y/o empresas relacionadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Declaración Impuesto a la renta de los tres últimos años del grupo económico y/o empresas relacionadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Balances auditados de los últimos tres años el grupo económico y/o empresas relacionadas (si aplica).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Balances internos de los 3 últimos años con información desagregada el grupo económico y/o empresas relacionadas, debidamente firmado por el cliente y contador registrado. Pueden ser presentados en copia simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. Balance interno original del corte actual con información desagregada el grupo económico y/o empresas relacionadas, debidamente firmado por el cliente y contador, con una antigüedad no mayor a 60 días.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Nota: Los requisitos del 2 al 5 de este acápite aplican también cuando se trata de Fideicomisos cuyos constituyentes y/o beneficiarios se encuentran relacionados con el deudor o su cónyuge. También para fideicomisos que se encarguen de la ejecución del proyecto.</b>				
<b>Proyecto / Financiamiento</b>				
1. Plantillas de modelo financiero (Formato CFN), digital y física con las firmas de responsabilidad del cliente, su contador y de un técnico especializado en el área (para los casos de Forestal y Construcción). La información a presentar debe ser de los últimos 3 años. <b>Análisis de Variación Patrimonial</b> a) En caso de que el resultado del análisis de variación patrimonial sea negativo, debe presentar los justificativos respectivos (sustentos contables, escrituras, certificados de registro mercantil, entre otros). <b>Nota: El cálculo de variación debe realizarse con los balances presentados como parte de los requisitos.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Plan de negocios en físico y digital (proyecto nuevo o ampliación). Anexar documentación soporte con las firmas de responsabilidad correspondientes. Documento y soportes conforme formato CFN.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Justificativo (proformas) de las inversiones a ejecutar, ya sea capital de trabajo o activo fijo. La información debe ser al menos de 6 meses atrás y traducido al español (en caso de proformas del exterior).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Regularización ambiental emitida por el Organismo competente que se encuentra disponible en su página web (suia.ambiente.gob.ec).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



		LISTA DE REQUISITOS GENERALES PARA CRÉDITO DIRECTO PERSONAS NATURALES		CÓDIGO: R-GCC-AC-17 VERSIÓN: 05 AÑO: 2019 PÁGINA 4 de 5	
REQUISITOS GENERALES		REQUERIDO	RECIBIDO		
			SI	NO	
<b>5. Documentación que soporte el monto de aportación del cliente:</b> - Evidencias de fondos monetarios en cuentas bancarias a nombre del potencial cliente, y/o en certificados bancarios, y/o certificados de inversión (pólizas). - En los casos que el aporte del cliente sea realizado en bienes inmuebles o muebles que formen parte del plan de inversiones del proyecto, escritura de compraventa o factura o cualquier forma de transferencia de dominio, según corresponda; así como con el cheque pagado o la transferencia realizada, en caso de que aplique, u otro medio de pago verificable. En el caso de inversiones se debe presentar el detalle de las facturas en el R-GCC-AC-60 "Detalle de Inversiones Ejecutadas" en físico y digital. - En caso de bienes inmuebles o muebles que formen parte del plan de inversiones del proyecto, cuya adquisición haya sido realizada en un período superior a un año, avalúo por un perito calificado por CFN B.P. - Los comprobantes de egreso siempre que venga acompañado del cheque pagado o la transferencia realizada u otro medio de pago verificable. Para facturas internacionales deberá adjuntar copia del swift bancario. - En los proyectos de ampliación, adicional a lo antes citado, se podrá considerar los saldos positivos generados entre sus cuentas por cobrar de corto plazo y cuentas por pagar de corto plazo, cuando estos recursos vayan a ser aportados al capital de trabajo. En proyectos nuevos, el aporte del cliente o potencial cliente no puede ser financiado con pasivos. En proyectos de ampliación, el aporte del cliente o potencial cliente podrá ser financiado con pasivos con la documentación de soporte que aplique al caso, siempre que, luego del análisis financiero se determine que exista capacidad de pago.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>6. Para reembolsos de Inversiones.</b> Presentar formato CFN: R-GCC-AC-60 "Detalle de Inversiones Ejecutadas" en físico y digital, adjuntando la documentación de soporte: <i>Facturas con fecha de emisión hasta 1 año atrás (para reembolso de activos fijos) y hasta 3 meses atrás (para reembolso de capital de trabajo), así como el cheque pagado o la transferencia realizada, en caso de que aplique, u otro medio de pago verificable.</i>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>7. Formulario Ambiental y Social (FAS) (Formato CFN) y anexos que correspondan, de ser el caso, considerando los filtros de monto y actividad sensible.</b>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
PROYECTO/ PROGRAMA	REQUISITOS	REQUERIDO	RECIBIDO		
			SI	NO	
Para obras de construcción e infraestructura	Requisitos Técnicos de Construcción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Según la actividad del proyecto	Requisitos Técnicos de Hidroeléctrica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Flores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Banano y Plátano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Para actividades relacionadas con la distribución de derivados líquidos de hidrocarburos, biocombustibles y sus mezclas	1. Autorización de factibilidad para el emplazamiento de un nuevo centro de distribución emitido por la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero o sus Agencias Regionales en la sección territorial de su competencia <i>Aplica para centro de distribución de derivados líquidos de hidrocarburos, biocombustibles y sus mezclas, así como los centros de distribución mixtos (segmento automotriz)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Según la actividad del proyecto	Requisitos Técnicos Caña de Azúcar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Avicultura Engorde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Ganadería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Acuicola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Industrial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Naval	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Ganado Porcino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Requisitos Técnicos Agrícola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Para financiamiento de obligaciones (apoyo productivo y financiero)	1. Certificado de liquidación de la obligación a la fecha y/o tabla de amortización de la misma, el cual debe especificar el destino del crédito (activo fijo o capital de trabajo) así como el saldo actual a la fecha de la presentación de la solicitud.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

		<b>LISTA DE REQUISITOS GENERALES PARA CRÉDITO DIRECTO PERSONAS NATURALES</b>		<b>CÓDIGO: R-GCC-AC-17</b> <b>VERSIÓN: 05</b> <b>AÑO: 2019</b> <b>PÁGINA 5 de 5</b>	
PROYECTO/ PROGRAMA	REQUISITOS	REQUERIDO	RECIBIDO		
			SI	NO	
<b>Productos del Portafolio de Construcción</b>	1. Requisitos Técnicos de Construcción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	2. Certificación de Control Preventivo de Lavado de Activos (Formato CFN) (Aplica para Persona Jurídica).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	3. Certificado de Registro ante la Unidad de Análisis Financiero y Económico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	4. En los casos de que la ejecución y/o administración del proyecto sea realizada a través de un fideicomiso inmobiliario integral, este deberá suscribir los documentos en calidad de codeudor y cumplir con los requisitos establecidos para Garante / Codeudor.				
<b>Para financiamiento de Programa Forestal</b>	1. "Ficha técnica Forestal" (Formato CFN). Presentar en digital y físico con firmas de responsabilidad del cliente y del profesional del área. <i>Previo instrumentación debe presentarse la ficha notariada.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	2. Proformas de costos para ejecución del proyecto (de al menos 6 meses atrás).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	3. Mapa base del proyecto (ubicación, división administrativa, rodalización, caminos, ríos, división de tipo de proyecto) cartografía en Proyección UTM, Datum WGS 84, Zona 17 Sur, Escalas 1:200; 1:250; 1:500; 1:1000 y sus múltiples.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	4. Mapa de zonificación del predio a reforestar (uso actual, ubicación respecto del SNAP).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	5. Resultados del análisis de suelos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	6. Certificado de intersección emitido por el MAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	7. Cronograma de desembolso anual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	8. Currículum vitae del operador forestal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	9. Reconocimiento de firmas de este operador ante un notario público. <i>Previo instrumentación.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Firma del cliente:	Firma del Funcionario:
Nombre y Apellido del cliente:	Nombre del Funcionario:
Fecha de recepción de la documentación (dd/mm/aa):	
Observaciones:	